

TESIS

**DESAIN CRM MENGGUNAKAN SERVQUAL
UNTUK PENINGKATAN KEPUASAN PASIEN**



Frendy Hermawan

09916094

**PROGRAM PASCA SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2011**

**DESAIN CRM MENGGUNAKAN SERVQUAL
UNTUK PENINGKATAN KEPUASAN PASIEN**

**Tesis Untuk Memperoleh Gelar Magister Pada Program Pasca Sarjana
Magister Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia**

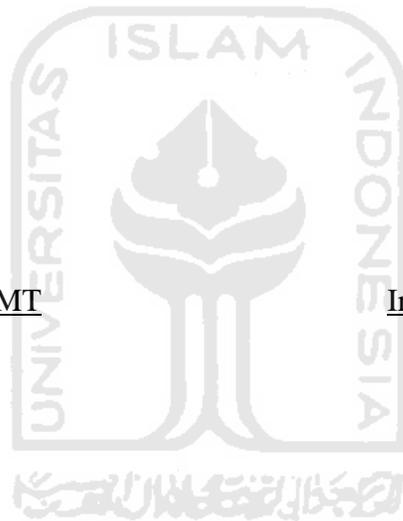


**PROGRAM PASCA SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2011**

Lembar Persejuan Pembimbing

TESIS TELAH DISEJUI
PADA TANGGAL 2 MARET 2011

| | | |
|-------------------------------------|--|----------------------------|
| Pembimbing I , | | Pembimbing II, |
| <u>Dr. Sri Kusumadewi, S.Si, MT</u> | | <u>Ir. Ali Parkhan, MT</u> |
| NIP..... | | NIP..... |



Mengetahui

Direktur Magister Teknik Industri

Dr. Sri Kusumadewi, S.Si, MT

NIP.....

Usulan Penelitian Tesis Telah Diuji dan Dinilai Oleh Panitia Penguji
Program Magister Teknik Industri
Universitas Islam Indonesia
28 Januari 2011

Ketua
Penguji I

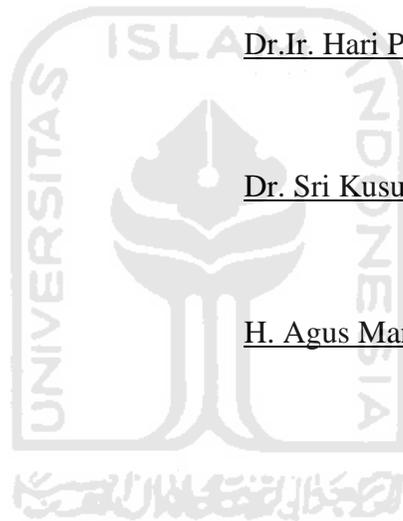
Dr.Ir. Hari Purnomo, MT

Anggota
Penguji II

Dr. Sri Kusumadewi, S.Si, MT

Penguji III

H. Agus Mansur, ST., M.Eng. Sc



ABSTRAK

Sistem yang ada dalam rumah sakit merupakan suatu sistem yang dipengaruhi oleh pendapatan masyarakat. Hal ini menjadikan harga dari pelayanan kesehatan menjadi mahal sebagai pendapatan rumah sakit yang nantinya akan menghasilkan *output* kesehatan yang diinginkan oleh masyarakat.

Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi gap yang ada antara persepsi kinerja dan kepuasan menggunakan *service quality*. Gap yang akan digunakan dalam *service quality* antara lain tangibles faktor, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

Analisis gap menggunakan metode Importance-Performance Analyses program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tangibles masih rendah di RSB SETIA, atribut physical appearance dan staff appearance mempunyai bobot yang bagus untuk variabel reliability masih tergolong rendah di RSB SETIA. Variabel responsiveness juga dirasa masih rendah di RSB SETIA. Variabel Assurance juga dirasa masih rendah di RSB SETIA, untuk staf kesehatan dapat dikategorikan dalam kondisi bagus. Variabel empathy masih dirasa mempunyai nilai rendah di RSB SETIA, akan tetapi dalam pelayanan ketepatan waktu bias dikategorikan bagus.

Kata kunci : *gap, Importance-Performance Analyse*

ABSTRACT

The performance of hospital is influenced by the increasing cost of public health service. The increasing cost of public health service are because of the cost of human resource which serve the service (input) becoming more expensive and the patient of the hospital (output) has an decreasing ability to pay the public health they need. The performance of the hospital could be measured by the quality of the service.

The goal of this research is to identify the gap between perceived service qualities and the medical patient expectation of the service quality. The service quality gap observes by tangibles factors, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.

The gap analyses is using the Importance-Performance Analyses program. The measurement of the service quality shown that tangibles variable still low in SETIA hospital, the attribute of physical appearance and staff appearance are in a good category Reliability variable are also low in SETIA hospital. Responsiveness variable also shown low in SETIA hospital. Assurance varisble shown a low category in SETIA hospital, the staff hospitality is in a good category. Emphaty variable also in a low category in SETIA hospital, according to service time attribute is in a good category.

Keyword: *Efficiency, Importance-Performance Analyse*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala karunia yang telah diberikan. Shalawat serta salam semoga selalu terlimpah pada pemimpin kita hingga akhir zaman, Rasulullah Muhamma SAW, keluarga, istri dan sahabat-sahabatnya yang setia.

Tanpa terasa waktu berlalu begitu cepat sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “DESAIN CRM MENGGUNAKAN SERVQUAL UNTUK PENINGKATAN KEPUASAN PASIEN”. Tesis ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi pada Program Magister Teknik Industri di Universitas Islam Indonesia.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Sri Kusumadewi, S.Si, MT, selaku direktur Magister Teknik Industri Universitas Islam Indonesia serta selaku pembimbing utama yang dengan sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat sehingga tesis dapat diselesaikan.
2. Ir. Ali Parkhan, MT, selaku dosen pembimbing anggota yang dengan sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat sehingga tesis dapat diselesaikan.
3. Dr.Ir. Hari Purnomo, MT selaku penguji tesis yang telah memberikan kritik dan saran, sehingga tesis ini dapat terselesaikan.

4. H. Agus Mansur, ST., M.Eng. Sc_selaku penguji tesis yang telah memberikan kritik dan saran, sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
5. DR. Fauzi Andiwinata, selaku direktur RSB SETIA yang telah memberikan ijin melakukan penelitian di RSB SETIA.
6. Staf medis dan para medis yang telah lapang dada memberikan informasi sehingga tesis ini bisa selesai dengan baik.
7. Alm ayah H. Maskuri dan ibuku Asminah serta kakak-kakak Ady Santoso, ST, Agus Winarko, ST, Didik Pamungkas, ST, Endra Irawan, ST yang telah banyak memberikan semangat, sehingga tesis ini dapat selesai.
8. Istri tercinta Herni Siti Fatimah yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan tesis.
9. Dicky Dealova copiers sekeluarga yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini.

Saya menyadari bahwa dalam tesis ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, masukan dan saran yang bersifat konstruktif sangat diharapkan untuk memperbaiki inya. Akhirnya semoga te sis ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya.

Yogyakarta, 2 Maret 2011

Penulis,

Frendy Hermawan, ST

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PENGUJI..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 7 |
| 2.1 Jasa | 7 |
| 2.1.1 Klasifikasi Jasa..... | 7 |
| 2.1.2 Karakteristik Jasa | 9 |
| 2.1.3 Tipe-tipe Pemasaran Jasa | 10 |
| 2.2 Strategi Kepuasan Pelanggan..... | 11 |
| 2.3 Rumah Sakit..... | 14 |
| 2.3.1 Klasifikasi Rumah Sakit..... | 14 |
| 2.3.2 Kegiatan Operasional Rumah Sakit | 15 |

| | |
|--|-----------|
| 2.4 Karakteristik Rumah Sakit | 16 |
| 2.5 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) | 16 |
| 2.6 Penerapan CRM | 19 |
| 2.7 Service Recovery | 20 |
| 2.8 Tahap Pengambilan Keputusan oleh Pelanggan | 20 |
| 2.9 Kepuasan Pelanggan | 23 |
| 2.10 Evaluasi Terhadap Kualitas Jasa | 24 |
| 2.10.1 Dimensi Kualitas Jasa | 27 |
| 2.10.2 Dimensi Kepuasan pelanggan | 28 |
| 2.10.3 Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan | 29 |
| 2.11 Penelitian Terdahulu | 30 |
| BAB III KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS PENELITIAN..... | 31 |
| 3.1 Kerangka Konsep | 31 |
| 3.2 Hipotesis..... | 34 |
| BAB IV METODE PENELITIAN | 35 |
| 4.1. Rancangan Penelitian | 35 |
| 4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian | 35 |
| 4.3 Penentuan Sumber Data | 36 |
| 4.4 Variabel Penelitian | 37 |
| 4.5 Instrumen Penelitian | 38 |
| 4.6 Prosedur Penelitian | 39 |
| 4.7 Analisis Data | 41 |

| | |
|--|-----------|
| BAB V HASIL PENELITIAN | 47 |
| 5.1 Karakteristik Responden | 47 |
| 5.2 Hasil Penelitian Kesenjangan Antara Harapan Pasien dengan Tingkat Kepentingan dan Kinerja Rumah Sakit Bersalin Setia..... | 51 |
| 5.3 Hasil Uji <i>Mann Whitney</i> | 56 |
| BAB VI PEMBAHASAN..... | 57 |
| 6.1 Kepuasan Pasien..... | 57 |
| 6.2 Dimensi kualitas Pelayanan | 58 |
| 6.3 Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan..... | 59 |
| BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN..... | 72 |
| 7.1 Kesimpulan | 72 |
| 7.2 Saran..... | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 80 |
| LAMPIRAN..... | 83 |

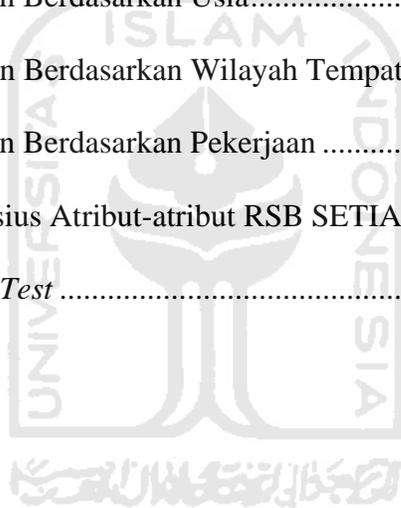
DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Diskripsi Pasien Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 47 |
| Tabel 2. Diskripsi Pasien Berdasarkan Jenis Pengobatan..... | 51 |
| Tabel 3. Tingkat kepuasan Pasien..... | 52 |
| Tabel 4. Rata-rata Tingkat harapan dan Tingkat Kinerja..... | 53 |
| Tabel 5. Keterangan Diagram Kartesius..... | 54 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kesenjangan Model Kualitas Jasa (Zeithaml dkk, 1990)..... | 26 |
| Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Konseptual..... | 33 |
| Gambar 4.1 Prosedur Penelitian..... | 40 |
| Gambar 4.2 Diagram Kartesius..... | 43 |
| Gambar 5.1 Deskripsi Pasien Berdasarkan Usia..... | 48 |
| Gambar 5.2 Deskripsi Pasien Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal..... | 49 |
| Gambar 5.3 Deskripsi Pasien Berdasarkan Pekerjaan..... | 50 |
| Gambar 5.4 Diagram Kartesius Atribut-atribut RSB SETIA..... | 55 |
| Gambar 5.5 <i>Mann-Whitney Test</i> | 56 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai hasil dari penilaian (persepsi) konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Tingkat kenikmatan yang dimaksud disini adalah kesesuaian antara apa yang dirasakan oleh konsumen dari pengalaman konsumsinya dengan apa yang diharapkannya (Banytè dkk, 2007).

Dalam pengertian di atas yang terpenting adalah persepsi, bukan kondisi aktual. Dengan demikian, bisa terjadi bahwa secara aktual, suatu produk atau jasa mempunyai potensi untuk memenuhi harapan pelanggan tetapi ternyata hasil dari persepsi pelanggan tidak sama dengan apa yang diinginkan oleh produsen. Ini bisa terjadi karena adanya kesenjangan antara apa yang dipersepsikan oleh produsen (perusahaan) dengan apa yang dipersepsikan oleh pelanggan.

Pelayanan yang berkualitas dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan penyedia jasa. Ikatan seperti ini dapat membantu perusahaan untuk lebih memahami dengan seksama harapan pelanggan dan kebutuhan mereka untuk jangka panjang. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan.

Zeithaml dkk (1990), menyatakan bahwa terdapat berbagai dimensi kualitas pelayanan pada usaha jasa yaitu *reliability, responsiveness, empathy, assurance, dan tangibles*. Perlu diperhatikan bahwa yang menilai kualitas pelayanan Rumah Sakit adalah para pasien. Survei (*servqual*) dibutuhkan untuk memperoleh informasi tersebut sehingga pihak perusahaan akan dapat lebih memahami kebutuhan dan keinginan para pasiennya dan mampu memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing.

Semakin sempurna kepuasan pasien, semakin baik pula kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang mampu memberikan kualitas pelayanan

yang memuaskan. Suatu perusahaan yang berorientasi memuaskan pelanggan akan memberikan layanan terbaik pada tiap pelanggannya.

Melihat kelemahan dan potensi rumah sakit untuk memberikan pelayanan yang berkualitas bagi masyarakat. Selibuhnya, harus memperhatikan peluang dan tantangan yang ada di masyarakat. Rumah sakit harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen, dengan cara mengoptimalkan fungsi manajemen yaitu perencanaan rumah sakit, pelaksanaan dan pengendalian serta pengawasan dan pertanggungjawaban.

Mutu pelayanan rumah sakit dapat ditelaah dari tiga hal yaitu : 1) struktur (sarana fisik, peralatan, dana, tenaga kesehatan dan non kesehatan, serta pasien), 2) proses (manajemen rumah sakit, baik manajemen interpersonal, teknis maupun pelayanan keperawatan yang kesemuanya tercermin pada tindakan medis dan non medis kepada pasien), 3) *outcome* (Suryawati, 2006). Agar pelayanan kesehatan dapat mencapai tujuan yang diinginkan, banyak syarat yang harus dipenuhi. Syarat yang dimaksud paling tidak mencakup delapan hal pokok yakni : tersedia (*available*), wajar (*appropriate*), berkesinambungan (*continue*), dapat diterima (*acceptable*), dapat dicapai (*accessible*), dapat dijangkau (*affordable*), serta bermutu (*quality*) (Azwar, 1996).

Rumah sakit diharapkan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, jika tidak pelanggan akan beralih ke rumah sakit yang lain yang lebih bisa memenuhi keinginan mereka. Pelayanan kesehatan pada rumah sakit tidak terlepas dari keterlibatan dokter sebagai tenaga medis yang melayani pasien, perawat yang membantu dokter, dan karyawan-karyawan bagian lain yang melakukan tugas sesuai dengan bidangnya.

Dari permasalahan-permasalahan yang dikemukakan di atas terlihat bahwa sistem penyampaian jasa yang meliputi derajat pendukung fisik dan kualitas hubungan pegawai dengan pasien rumah sakit perlu diperhatikan dan, cenderung belum cukup baik. Pendukung fisik adalah berbagai fasilitas fisik dan komponen pelengkap dari suatu jasa yang ditawarkan rumah sakit, sedangkan pegawai disini adalah tenaga medis, paramedis dan non medis yang ikut terlibat dalam penyampaian jasa dan mempunyai kontak langsung dengan pasien dan keluarganya.

Pengalaman yang dirasakan pelanggan sangatlah unik dan memberikan dampak yang berbeda dalam proses pemasaran kepada pelanggan. Pengalaman pemasaran merupakan sebuah pendekatan untuk memberikan informasi mengenai sebuah produk atau jasa. Menurut Azwar (1996), ukuran pelayanan kesehatan bermutu mengacu pada penerapan standar serta kode etik profesi yang baik saja, yang pada dasarnya mencakup penilaian terhadap kepuasan pasien mengenai hubungan dokter-pasien

(*doctor patient relationship*), kenyamanan pelayanan (*amenities*), kebebasan memilih (*choice*), pengetahuan dan kompetensi teknis (*scientific knowledge and technical skill*), efektivitas pelayanan (*effectiveness*) dan keamanan tindakan (*safety*).

Ada kesamaan diantara beberapa definisi diatas yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa).

Pelayanan rawat inap merupakan pelayanan medis yang utama di rumah sakit dan merupakan tempat untuk interaksi antara pasien dan rumah sakit berlangsung dalam waktu yang lama. Berbagai kegiatan yang terkait dengan pelayanan rawat inap di rumah sakit, yaitu penerimaan pasien, pelayanan medik (dokter), pelayanan perawatan oleh perawat, pelayanan penunjang medik, pelayanan obat, pelayanan makan serta administrasi keuangan.

Rumah Sakit Bersalin Setia merupakan rumah sakit yang termasuk dalam industri jasa pelayanan kesehatan (*healthcare industries*). Rumah Sakit Bersalin Setia sudah cukup lama berada di kota Cikarang, namun belum banyak diminati oleh masyarakat di kota Cikarang dan sekitarnya. Rumah Sakit Bersalin Setia telah melakukan berbagai penambahan peralatan kesehatan, fasilitas dan pembangunan gedung, tetapi hal itu belum dapat menambah minat ataupun kepuasan pasien.

CRM (*Customer relationship Management*) merupakan salah satu konsep aplikasi yang dijadikan sebagai alat untuk mengelola hubungan dengan pelanggan.

Pada penelitian ini CRM (*Customer relationship Management*) akan digunakan untuk meningkatkan pengelolaan rumah sakit melalui peningkatan hubungan pasien dan rumah sakit. Konsep CRM (*Customer Relationship Management*) dikembangkan dengan landasan pemikiran bahwa perusahaan itu dapat bertahan karena adanya pelanggan yang membeli produk dan jasanya, sehingga menjaga hubungan dengan pelanggan adalah hal penting yang harus diperhatikan secara sungguh-sungguh. Inti penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) adalah terciptanya suatu relasi yang membuat pelanggan merasa diperlakukan secara istimewa oleh perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang permasalahan di atas, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah “bagaimana cara memuaskan keinginan pasien pada saat melakukan pengobatan di Rumah Sakit Bersalin SETIA”.

Untuk menjawab permasalahan utama tersebut, terdapat beberapa sub-masalah yaitu:

1. Sudah sejauh mana tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Bersalin Setia.
2. Strategi apa saja yang dapat diterapkan Rumah Sakit Bersalin Setia agar dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian

1. Menganalisis tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Bersalin Setia
2. Memberikan rekomendasi strategi perbaikan kualitas pelayanan.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi RSB Setia dalam:

1. Memperbaiki dan meningkatkan kinerja internal Rumah Sakit Bersalin Setia.
2. Pengambilan keputusan mengenai langkah-langkah yang harus ditempuh dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Jasa

Jasa adalah jenis bisnis yang menjual bantuan, keahlian dan memberikan produk tidak berwujud yang pekerjaannya dilakukan oleh satu orang untuk memberikan manfaat bagi orang lain (Imper dan Toffler, 2002). Menurut Kotler (2001), “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik”. Jasa merupakan tindakan atau kinerja yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan melalui perubahan yang diinginkan (Loveclock dan Wright, 1999).

2.1.1 Klasifikasi Jasa

Perusahaan menawarkan berbagai jenis jasa kepada pasar, namun jasa dapat menjadi bagian kecil ataupun bagian utama dari tawaran yang diberikan perusahaan. Menurut Kotler (2002), tawaran tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. **Produk berwujud murni.**

Penawaran yang hanya terdiri dari produk fisik, misalnya: sabun mandi, pasta gigi atau sabun cuci tanpa adanya jasa atau pelayanan lainnya yang menyertai produk tersebut.

b. Produk berwujud disertai layanan.

Penawaran yang terdiri dari suatu produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa layanan untuk meningkatkan daya tarik pelanggannya dimana penjualannya tergantung kepada kualitas produk tersebut dan tersedianya pelayanan pelanggan, seperti: tersedianya ruang pameran, perbaikan dan pemeliharaan, operator dan sebagainya.

c. Campuran.

Tawaran ini memberikan barang dan jasa dengan promosi yang sama, misalnya pelanggan dapat menikmati makanan dan pelayanan yang ditawarkan secara bersamaan di restoran.

d. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan.

Tawaran yang terdiri dari jasa utama yang disertai jasa tambahan dan barang pendukung lainnya, contohnya bila pelanggan ingin menaiki pesawat terbang. Hal ini berarti pelanggan telah membeli jasa transportasi dan pelanggan dapat menikmati pelayanan ditawarkan, seperti: makanan, minuman, majalah penerbangan selama penerbangan. Pelanggan harus naik pesawat terbang terlebih dahulu untuk dapat menikmati produk yang ditawarkan selama perjalanan.

e. Jasa murni.

Tawaran yang diberikan hanya berupa jasa, seperti: menjaga bayi, memijat, psikoterapi, dan sebagainya.

2.1.2 Karakteristik Jasa

Lebih lanjut Kotler (2002), menyatakan bahwa ada empat karakteristik pokok jasa yang membedakannya dengan barang yaitu:

a. Tidak berwujud (*intangibility*).

Jasa yang bersifat *intangible* artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar ataupun dicium sebelum dibeli. Seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum membeli jasa tersebut terlebih dahulu. Pelanggan akan melihat dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, symbol dan harganya untuk mencari bukti dari kualitas jasa yang diinginkan tersebut. Tugas penyedia jasa adalah memberikan bukti-bukti fisik untuk mewujudkan sesuatu yang abstrak.

b. Tidak terpisahkan (*inseparability*).

Umumnya jasa dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dimana penyedia jasa juga merupakan bagian dari jasa tersebut, baik penyedia maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil dari jasa tersebut.

c. Bervariasi (*variability*).

Jasa bersifat sangat variable karena merupakan *nonstandardized output* yang berarti bahwa terdiri dari banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Komponen manusia terlibat jauh lebih besar pada industry jasa yang bersifat *people-based* dari pada yang bersifat *equipment-based* yang berarti bahwa hasil dari operasi

jasa yang bersifat *people-based* cenderung kurang terstandarisasi dan seragam dibandingkan hasil dari jasa yang bersifat *equipment-based*. Pembeli jasa seringkali meminta pendapat dari orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.

d. Mudah lenyap (*perishability*).

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan jika permintaan terhadap jasa bersifat konstan sehingga bila tidak digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Umumnya permintaan jasa bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman. Perusahaan harus mengevaluasi kapasitasnya dengan cara substitusi dari persediaan jasa guna menyeimbangkan penawaran dan permintaan terhadap jasa pada kondisi yang tidak menentu.

2.1.3 Tipe-tipe Pemasaran Jasa

Menurut Gronroos (1998), idealnya jasa membutuhkan tiga bentuk pemasaran jasa yang tidak hanya terdiri dari pemasaran eksternal yang meliputi penggunaan 4p (produk, harga, distribusi, promosi) namun mencakup pemasaran internal dan pemasaran interaktif. Pemasaran internal merupakan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan kemampuan dan motivasi para karyawan dalam melayani pelanggan, dan pemasaran interaktif menggambarkan keterampilan karyawan perusahaan dalam melayani pelanggan mereka dalam upaya memasarkan perusahaan jasa tempat mereka bekerja. Para karyawan dapat memasarkan secara interaktif kepada pelanggan dengan tiga cara, yaitu melalui: 1) cara bicara dan sikap

karyawan, 2) tindakan atau perbuatan karyawan, 3) Penampilan karyawan (Simamora, 2001).

2.2 Strategi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan total bukan hal yang mudah untuk dicapai bagi tiap perusahaan. Berbagai upaya harus dapat dilakukan perusahaan untuk mempertahankan para pelanggannya agar tidak berpindah ke pesaing lain dengan mengorbankan banyak biaya dan investasi. Terdapat berbagai strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya menurut Tjiptono (1996), antara lain:

1. *Relationship Marketing*

Hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan tidak berakhir setelah penjualan selesai namun berupaya untuk menjalin suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus menerus agar terjadi pembelian ulang. Penerapannya dapat dilakukan dengan cara dibentuknya *customer database* yang tidak hanya berisi sekedar nama pelanggan, tetapi juga mencakup hal-hal penting lainnya, misalnya frekuensi dan jumlah pembelian. Penerapannya dapat dilakukan dengan cara memberikan potongan harga khusus dan memberikan jaminan reservasi bagi pelanggan yang menggunakan jasa dengan frekuensi tertentu.

2. *Superior Customer Service*

Penerapan strategi ini memerlukan biaya yang besar, kemampuan sumber daya manusia yang profesional dan gigih karena perusahaan berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari pesaingnya. Keunggulan pelayanan yang diberikan menuntut perusahaan untuk membebaskan harga yang tinggi pada jasanya namun akan terdapat pelanggan yang tidak berkeberatan dengan tingginya harga tersebut. Perusahaan yang memberikan pelayanan superior ini pada akhirnya akan meraih laba dan tingkat pertumbuhan yang pesat dibandingkan pesaingnya.

3. *Unconditional Guarantees*

Perusahaan memberikan garansi tertentu ataupun memberikan layanan purna jual yang baik yang mampu menyediakan media efisien dan efektif untuk menangani keluhan. Intinya perusahaan memiliki komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada akhirnya akan menjadi sumber yang berguna untuk menyempurnakan kualitas jasa dan kinerja perusahaan serta akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik dari pada sebelumnya.

4. *Penanganan Keluhan yang Efektif*

Penanganan ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi dan menentukan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh kemudian sumber masalah ini perlu diatasi, ditindaklanjuti dan diupayakan agar di masa mendatang tidak timbul masalah yang sama. Terdapat empat

aspek yang penting dalam menangani keluhan, yaitu: adanya empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan, adanya perlakuan adil dan kewajaran dalam memecahkan suatu masalah serta adanya kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan.

5. Peningkatan Kinerja Perusahaan

Pemberian pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relations* kepada setiap manajemen dan karyawan dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Alternatif lain yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya adalah dengan membentuk tim-tim kerja lintas fungsional sehingga diharapkan wawasan dan pengalaman karyawan semakin besar yang pada akhirnya dapat meningkatkan kemampuan dalam melayani pelanggan.

6. *Quality Function Deployment* (QFD)

QFD berupaya menterjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan perusahaan. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan jasa dan produk sedini mungkin sehingga perusahaan dapat memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses sehingga tercapai efektifitas yang maksimum.

2.3 Rumah Sakit

Rumah sakit merupakan salah satu jenis industri jasa, dalam hal ini industri jasa kesehatan. Menurut Depkes RI (2003), rumah sakit adalah sarana upaya kesehatan yang menyelenggarakan kegiatan pelayanan berupa pelayanan rawat jalan, pelayanan rawat inap, pelayanan gawat darurat yang mencakup pelayanan medis dan penunjang medis serta dapat dimanfaatkan untuk pendidikan tenaga kesehatan dan penelitian.

2.3.1. Klasifikasi Rumah Sakit

Pengklasifikasian rumah sakit menurut Depkes RI (2003), adalah sebagai berikut:

- a. Rumah Sakit Umum (RSU), yaitu rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan untuk semua jenis penyakit dari yang bersifat dasar sampai dengan sub-spesialistik.
- b. Rumah Sakit Jiwa (RSJ), yaitu rumah sakit yang khusus menyelenggarakan pelayanan kesehatan jiwa.
- c. Rumah Sakit Khusus (RSKh), yaitu rumah sakit yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan berdasarkan penyakit atau disiplin ilmu tertentu, meliputi: Rumah Sakit Kusta (RSK), Rumah Sakit Tuberkulosa Paru (RSTP), Rumah Sakit Mata (RSM), Rumah Sakit Orthopedi (RSO), Rumah Sakit Bersalin (RSB) dan Rumah Sakit Khusus lainnya seperti: RS Jantung, RS Kanker dan sebagainya.

Pengklasifikasian Rumah Sakit Umum baik pemerintah maupun swasta menurut tingkat kemampuannya terbagi menjadi lima kelas, yaitu:

- (1) Kelas A merupakan rumah sakit yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik spesialistik dan sub-spesialistik luas.
- (2) Kelas B II (B+), rumah sakit yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik spesialistik luas dan sub-spesialistik terbatas. Rumah sakit kelas A dan B II dapat berfungsi sebagai rumah sakit pendidikan.
- (3) Kelas B I, rumah sakit yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik spesialistik sekurang-kurangnya 11 jenis spesialistik.
- (4) Kelas C, rumah sakit yang mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik sekurang-kurangnya 5 spesialistik 4 dasar lengkap, yaitu: bedah, penyakit dalam, kesehatan anak serta kebidanan dan kandungan.
- (5) Kelas D merupakan rumah sakit yang mempunyai fasilitas dan kemampuan sekurang-kurangnya pelayanan medik dasar.

2.3.2 Kegiatan Operasional Rumah Sakit

Kegiatan operasional rumah sakit meliputi semua hal yang berkaitan dengan kesehatan. Hal yang berkaitan dengan kesehatan tersebut antara lain pemeliharaan dan pengobatan (penanganan). Dalam hal ini rumah sakit melakukan fungsi antara lain:

1. Pemeliharaan kesehatan (pengobatan)
2. Perawatan kesehatan
3. Penanganan

2.4 Karakteristik Rumah Sakit

Karakteristik rumah sakit adalah ciri khusus yang dimiliki rumah sakit. Adapun ciri tersebut adalah rumah sakit dapat digolongkan sebagai perusahaan sosial yang membantu masyarakat dalam menyelesaikan masalah kesehatan. Adapun sasaran yang ingin dicapai dalam usaha rumah sakit adalah :

1. Menyelamatkan masyarakat.
2. Menjadi partner pemerintah dalam menangani usaha kesehatan bangsa

2.5 Customer Relationship Management (CRM)

CRM (*Customer Relationship Manajemen*) adalah suatu pendekatan yang saat ini banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dalam kancah dunia bisnis. Kenapa saat ini perusahaan mulai memikirkan mengenai hal ini. Saat ini tidak ada lagi istilah pelanggan sebagai satu golongan yang general. Dewasa ini perusahaan tampaknya mulai belajar untuk memindahkan fokus perhatian mereka dari bagaimana memproduksi barang atau jasa sebanyak- banyaknya termasuk bagaimana membuat biaya produksi menjadi semurah mungkin, menjadi agar bagaimana mereka bisa mengenal lebih dekat pelanggan mereka.

Peppers dan Rogers (1993), memperkirakan bahwa akan terjadi perubahan pada perusahaan- perusahaan dalam masa- masa mendatang, yang tadinya lebih berfokus pada produk untuk kemudian lebih mengenal pelanggannya. Lebih lengkapnya Peppers dan Rogers (1993), melalui bukunya "The One to One Future mengatakan: "... you will not be trying to sell a single product to as many as customers as possible.

Instead, you'll be trying to sell a single customer as many products as possible – over a long period of time, and across different product lines. To do this, you will need to concentrate on building unique relationships with individual customers, on a 1:1 basis.” (Jill Dyche, 2002).

Disaat banyak perusahaan berlomba untuk tetap dapat bertahan justru adalah era dimana pelanggan memiliki banyak sekali pilihan dalam menentukan *dengan siapa dan bagaimana* ingin melakukan bisnisnya. Mungkin bukan lagi jenis dan harga dari satu produk yang lebih memegang peranan, tapi bagaimana dan dengan siapa perusahaan ini akan melakukan deal usahanya. Pada saat perusahaan tersebut berhasil mengenal pelanggannya, maka selanjutnya dia akan menanamkan benih “*loyalty*” dalam hati mereka.

Satu hal lain yang menjadi tantangan adalah saat ini kompetisi bisnis antar perusahaan adalah hanya sejauh “*mouse-click*”. Ini bisa dilihat dengan maraknya bisnis yang mulai memasuki era “*dot com*”. Ironisnya, bila seorang pelanggan kecewa atas perusahaan anda dan menginginkan sebuah produk atau jasa layanan dari perusahaan lain, atau boleh juga untuk pelanggan yang anda belum kenal sekalipun, dia tinggal membuka akses Internet, kemudian dia masuk ke “*search engine*”. Di sini pelanggan tersebut tinggal mencari perusahaan yang menawarkan produk yang diinginkan, dan tentu saja bahkan aplikasi permintaan barangnya-pun bisa melalui email atau bahkan online dari situs web. Hebatnya, karena bisa saja tidak hanya satu perusahaan yang menyediakan cara berbisnis seperti ini, maka tentu saja tingkat kompetisi akan semakin tinggi Akhirnya mungkin akan di sadarkan bahwa biaya yang

diperlukan untuk menarik seorang pelanggan baru adalah jauh lebih mahal daripada biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan tersebut. Maka untuk inilah perusahaan saat ini sadar bahwa mempertahankan pelanggannya saat ini adalah jauh lebih strategis daripada membuat terobosan baru. Pada akhirnya, bagaimana sebuah perusahaan ingin mempertahankan pelanggannya bila tidak mengenalnya dengan baik.

Dari dua paragraf diatas, jelas sudah mengapa sebuah perusahaan perlu untuk mengetahui siapa pelanggannya. Banyak definisi yang menafsirkan CRM ini sendiri belum lagi singkatan- singkatan yang menambahkan huruf 'e' didepannya yang muncul kemudian, namun pada kesempatan ini penulis ingin mengutip apa yang dikatakan oleh Jill Dyche (2002), dalam salah satu bukunya, *“The infrastructure that enables the delineation of and increase in customer value; and the correct means by which to motivate valuable customers to remain loyal – indeed, to buy again ”* Definisi ini terlalu general dan sebenarnya bisa memiliki objektif yang berbeda- beda, tergantung dari jenis bidang usaha apa yang saat ini dijalankan, bisa saja misalnya apabila ingin menarik pelanggan (lama dan baru) ke dalam satu prospek, atau juga bagaimana seorang *“customer service”* dapat memberikan jawaban yang tepat untuk kebutuhan seorang pelanggannya.

Dalam penerapannya, CRM ini sendiri dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:

1. *“Operational CRM”*, yaitu CRM yang dijalankan pada sisi dimana interaksi dengan pelanggan terjadi. Interaksi ini bisa saja dengan tatap muka, ataupun dengan online aplikasi web.

2. ” *Analytical CRM*”, yaitu CRM yang dijalankan di sisi back office dengan tujuan melakukan analisis dari apa yang terjadi pada saat interaksi dengan pelanggan terjadi. Khusus untuk kelompok CRM ini diperlukan teknologi yang mempermudah pengumpulan data dan analisisnya.

2.6. Penerapan CRM

Menurut Temporal dan Trott (2002), *Customer Relationship Management (CRM)* adalah kolaborasi perusahaan dengan setiap konsumen yang mampu menciptakan keadaan yang tidak merugikan salah satu pihak (*win-win solution*) dan menambah nilai pada kehidupan sehari-hari setiap konsumen dimana akan memberikan imbalan berupa kesetiaan kepada perusahaan. Pada saat ini *Customer Relationship Management (CRM)* telah menjadi pendekatan baru yang berbasis informasi berupa data pribadi konsumen yang digunakan perusahaan untuk mengenali konsumen secara lebih detail.

Adapun tujuan dari penerapan CRM menurut Temporal dan Trott (2002), adalah “berbagi dompet” dengan kata lain mencoba untuk meningkatkan proporsi belanja setiap konsumen yang datang. Dalam jangka panjang, jika perusahaan mampu menarik hati konsumen maka dengan sendirinya menjadi bagian dari kekuatan penjualan perusahaan yang paling baik dengan menjadi konsumen yang bahagia, dan oleh karena itu, setia dan mendukung perusahaan.

2.7 Service Recovery

Konsumen yang tidak puas tidak hanya merupakan hilangnya penjualan masa depan, namun juga sangat merusak reputasi perusahaan akibat konsumen yang tidak puas akan menceritakan kepada 10- 20 orang lain mengenai masalahnya. Hanya 4% dari konsumen yang tidak puas, akan mengeluh langsung ke perusahaan.

Penanganan yang cepat terhadap kegagalan pelayanan jasa sangat penting untuk menciptakan pelanggan yang loyal. Kegagalan tersebut dapat dirubah menjadi pelayanan yang menyenangkan bila karyawan di *front line* memiliki wewenang untuk membuat hal menjadi benar.

2.8 Tahap Pengambilan Keputusan oleh Pelanggan

Menurut Mowen (1998), proses pengambilan keputusan memiliki lima tahapan, yaitu :

1. Tahap identifikasi masalah (*Problem Recognition*)
2. Tahap pencarian informasi (*SearchI*)
3. Tahap penentuan pilihan (*Alternative Evaluation*)
4. Tahap pemutusan pilihan (*Choice*)
5. Tahap evaluasi pasca pemutusan pilihan (*Postacquisition Evaluation*)

Dalam tahap identifikasi masalah, pelanggan menyadari adanya kebutuhan (*needs*) tertentu. Kebutuhan tersebut muncul bila terdapat perbedaan antara kondisi aktual dengan kondisi yang diinginkan. Faktor penyebab kondisi aktual berada dibawah tingkatan yang dapat diterima adalah konsumen kehabisan produk yang

dibutuhkan, produk yang tersedia sudah tidak dapat dipergunakan atau sudah tidak dapat memenuhi kebutuhan, pengaruh negatif yang berasal dari diri konsumen seperti rasa lapar dan haus, maupun pengaruh negatif yang berasal dari luar diri konsumen seperti berita buruk yang baru diterimanya dan sebagainya.

Faktor-faktor yang dapat membuat kondisi yang diinginkan berada dibawah tingkatan yang dapat diterima adalah aspirasi dan kondisi lingkungan pelanggan, seperti budaya, kelompok yang menjadi referensi pelanggan dan gaya hidup. Dalam hal ini jika kepuasan terhadap kondisi yang diinginkan meningkat maka masalah akan muncul, yang kemudian diidentifikasi dan mendorong pelanggan untuk bertindak.

Tahap kedua dalam proses pengambilan keputusan adalah tahap mencari informasi. Tahap ini muncul setelah pelanggan mengidentifikasi adanya perbedaan antara kondisi aktual dengan kondisi yang diinginkan. Bila dorongan untuk memperkecil perbedaan tersebut semakin kuat, maka pelanggan mulai mencari informasi produk dan jasa yang dapat menghilangkan perbedaan tersebut. Pencarian informasi ini dapat dilakukan secara berlebihan atau terbatas, tergantung dari tingkat keterlibatan pelanggan. Pencarian ini dapat bersifat internal maupun eksternal. Pencarian internal muncul bila pelanggan mencari informasi dengan cara mengambil kembali informasi dari memori jangka panjangnya mengenai informasi yang relevan dengan problem yang dihadapi.

Salah satu tipe informasi yang didapat dari hasil pengambilan kembali ialah kategori merek yang akan dijadikan bahan pertimbangan oleh konsumen. Pada posisi *unawareness set*, yaitu kumpulan merek yang terdapat didalamnya tidak dikenali oleh

pelanggan. Jika pelanggan tidak mengenal suatu merek, maka tidak akan mempertimbangkannya, kecuali jika yang bersangkutan melakukan pencarian eksternal.

Awareness set adalah kumpulan merek yang potensial untuk dipertimbangkan oleh pelanggan. Setiap perusahaan menginginkan mereknya berada pada kelompok ini. *Awareness set* terbagi tiga, yaitu *Consideration set*, *Inert set* dan *Inept set*.

Consideration set terdiri dari kumpulan merek yang diterima untuk dipertimbangkan lebih lanjut dalam menentukan pilihan. *Inert set* adalah kumpulan merek yang menurut penilaian konsumen hampir homogen satu dengan yang lainnya dan secara esensial tidak berbeda. *Inept set* adalah kumpulan merek yang menurut konsumen tidak layak untuk dipertimbangkan lebih lanjut dalam membuat pilihan.

Setiap perusahaan tentu menginginkan agar produknya berada pada *consideration set* sehingga setiap kali kebutuhan sejenis muncul, maka merek perusahaan tersebut akan hadir sebagai salah satu alternatif yang dipertimbangkan oleh pelanggan dalam membuat keputusan. Tahap evaluasi alternatif, ialah tahap di mana pelanggan melakukan perbandingan di antara pilihan-pilihan yang sudah teridentifikasi sebagai pilihan yang potensial dalam menyelesaikan masalah. Tahap berikutnya adalah tahap penentuan pilihan, dimana pelanggan setelah menilai alternatif yang ada, lalu membuat keputusan berdasarkan alternatif-alternatif tersebut.

Tahap pasca akuisisi dimulai setelah pelanggan membuat pilihan dan mulai mengkonsumsi produk yang dipilihnya. Proses pasca akuisisi melibatkan lima topik, yaitu proses mengkonsumsi produk, kepuasan/ketidakpuasan pelanggan, perilaku

penyampaian keluhan pelanggan, pembuangan produk dan pembentukan loyalitas.

Selama fase konsumsi, pelanggan menggunakan dan memperoleh pengalaman mengenai produk tersebut, serta fase ini akan diikuti dengan fase kepuasan atau ketidakpuasan. Jika pelanggan tidak puas dengan kinerja produk tersebut, perilaku mengeluh akan segera muncul. Jika pelanggan tidak puas, maka perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk membangun loyalitas terhadap merek. Kepuasan atau ketidakpuasan yang dihasilkan dari tahap ini sangat besar pengaruhnya dalam membangun loyalitas merek.

2.9 Kepuasan Pelanggan

Selama mengkonsumsi suatu produk, pelanggan akan memperoleh pengalaman mengenai kinerja suatu produk atau servis, dan ini akan menimbulkan perasaan puas atau tidak puas. Lele dan Sheth (1991), mendefinisikannya sebagai berikut : *Customer Satisfaction is key to long term profitability and keeping the customer happy is everybody's business* (Kepuasan pelanggan adalah kunci menuju keuntungan jangka panjang dan memberikan kesenangan kepada pelanggan merupakan tugas tiap orang). Sedangkan Zeithmal dkk (1985), mendefinisikannya : *Customer satisfaction is customer perception of a single service experience* (Kepuasan pelanggan adalah persepsi konsumen terhadap satu jenis pelayanan yang dialaminya). Faktor- faktor yang membentuk perasaan puas atau tidak puas digambarkan dalam model kepuasan/ketidakpuasan.

Nilai perusahaan akan dapat ditingkatkan dengan tingginya tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan telah dibuktikan memiliki dampak terhadap perilaku membeli kembali dan dapat mempertahankan pelanggan. Pelanggan yang puas akan senang membeli kembali produk yang sama dan hal ini dikombinasi dengan kesediaan untuk membeli produk tersebut dengan harga yang lebih mahal, sehingga pelanggan yang loyal akan lebih menguntungkan dibandingkan pelanggan baru atau seorang pelanggan yang tidak puas.

Dalam proses pengambilan keputusan, pelanggan memutuskan untuk memiliki salah satu alternatif yang tersedia berdasarkan produk mana yang menawarkan nilai tertinggi. Pengalaman akan kepuasan terhadap suatu produk akan mempengaruhi penilaian terhadap produk, serta pengaruh orang lain juga mempunyai dampak terhadap perilaku pembelian kembali.

2.10 Evaluasi Terhadap Kualitas Jasa

Penilaian mengenai mutu dari jasa dilakukan selama proses jasa tersebut disampaikan. Setiap hubungan dengan konsumen disebut *Moment of Truth*. Topik utama yang menjadi perhatian dalam menilai mutu dari jasa adalah kriteria- kriteria yang digunakan pelanggan dalam membuat penilaian.

Lebih lanjut Zeithaml dkk (1990), membentuk kualitas jasa yang menggambarkan syarat-syarat utama yang dapat memberikan kualitas jasa yang tinggi dengan mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, seperti dapat dilihat pada Gambar 2.1 yaitu :

a. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen

Kesenjangan ini sering kali disebabkan manajemen tidak selalu memahami dengan tepat apa yang sebetulnya diinginkan pelanggan akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana produk jasa didesain dan jasa-jasa apa saja yang diinginkan pelanggan.

b. Kesenjangan antara persepsi manajemen tentang harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas jasa.

Kesenjangan ini biasanya disebabkan tidak tersusunnya suatu standar kerja dengan jelas walaupun manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan mereka. Hal ini disebabkan karena tidak ada komitmen total pihak manajemen terhadap kualitas jasa, kurang sumberdaya ataupun adanya kelebihan permintaan terhadap jasa.

c. Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dan penyampaian jasa

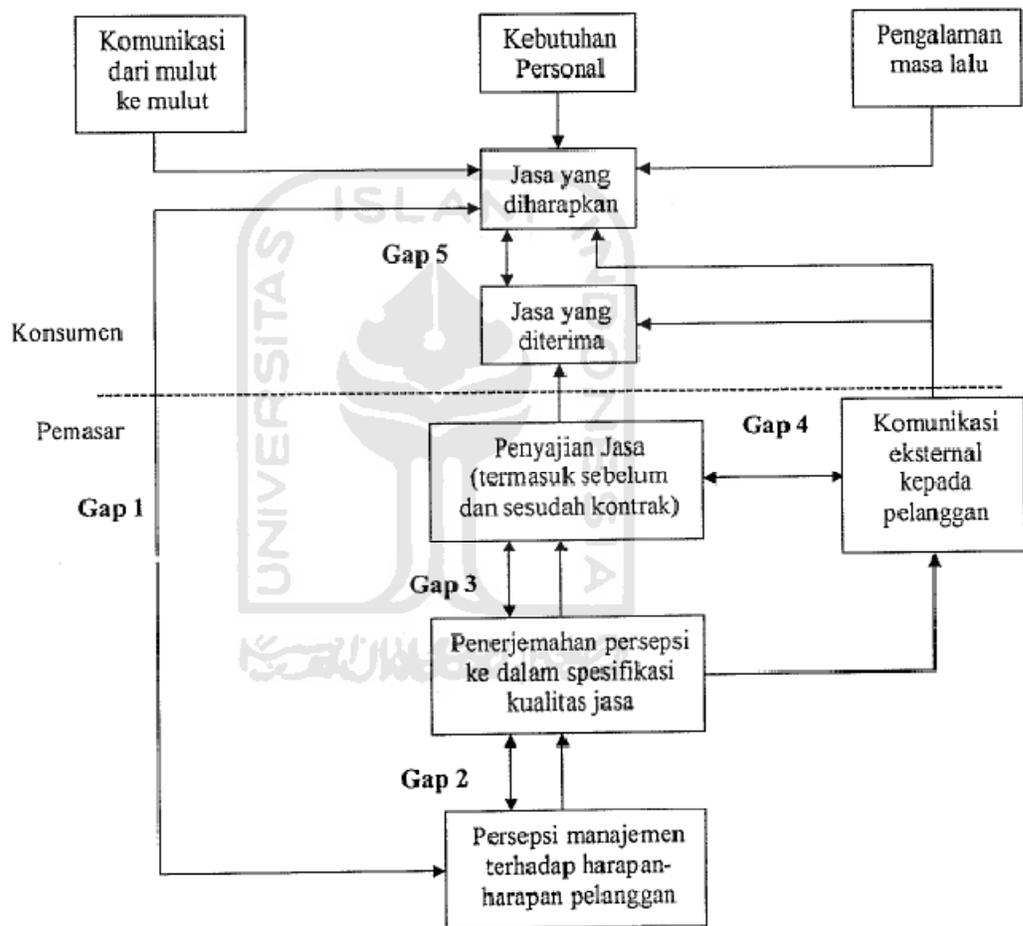
Kesenjang ini dapat disebabkan karena karyawan kurang terlatih, beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standar kerja atau bahkan tidak mau memenuhi standar kerja yang ditetapkan dan dihadapkan pada standar-standar yang kadangkala saling bertentangan satu sama lain.

d. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi internal

Kesenjangan yang disebabkan karena adanya pernyataan *over promise* kepada pelanggan namun kenyataannya perusahaan tidak memberikan sesuai dengan yang dijanjikan sehingga pelanggan memberikan persepsi negative pada kualitas jasa.

e. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan diharapkan

Kesenjangan yang di sebabkan salah persepsi yang diterima pelanggan tentang kualitas jasa yang diberikan perusahaan.



Gambar 2.1 Kesenjangan Model Kualitas Jasa (Zeithaml dkk, 1990)

2.10.1 Dimensi Kualitas Jasa

Dimensi-dimensi yang digunakan pelanggan dalam menilai dan menentukan kualitas jasa menurut Zeithaml dkk, (1990) adalah sebagai berikut :

1. Keandalan (*reliability*)

Kemampuan untuk memberikan dan melaksanakan jasa yang telah dijanjikan dengan akurat, tepat dan dapat diandalkan. Keandalan mencakup dua hal pokok, yaitu: Konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan secara tepat semenjak pertama (*right the first time*) dan memenuhi janjinya, misalnya dalam menyampaikan jasa sesuai dengan jadwal yang disepakati oleh pelanggan.

2. Daya tanggap (*responsiveness*)

Adanya keinginan para petugas untuk membantu pelanggan dengan cepat dan memberi pelayanan dengan tepat.

3. Kepastian (*assurance*)

Berhubungan dengan pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggan.

4. Empati (*emphaty*)

Adanya kesediaan dari karyawan untuk peduli, memberikan perhatian khusus yang bersifat pribadi, kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.

5. Berwujud (*tangible*)

Kualitas jasa yang ditentukan dengan melihat dari penampilan fisik, peralatan, karyawan dan peralatan komunikasi yang ada.

Kualitas pelayanan yang unggul dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain adalah terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan para pelanggannya, mampu memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya kepuasan pelanggan, dapat membentuk rekomendasi dari *word of mouth* yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan dan pada akhirnya laba yang diperoleh meningkat.

2.10.2 Dimensi Kepuasan pelanggan

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya (Kotler, 2002). Berdasarkan penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan suatu produk barang atau jasa dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Penilaian kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

- a. Pelanggan tidak akan puas terhadap produk barang ataupun jasa yang ditawarkan jika kinerja atau hasil suatu produk atau jasa tidak mencukupi atau berada dibawah yang diharapkan pelanggan.
- b. Pelanggan akan puas terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan jika hasil suatu produk atau jasa mencukupi dan berhasil memenuhi harapan pelanggan.

- c. Pelanggan amat puas jika kinerja atau hasil suatu produk atau jasa telah memenuhi dan ternyata melebihi apa yang diharapkan pelanggan.

2.10.3 Faktor pendorong kepuasan pelanggan

Komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan antara lain :

1. Kualitas produk

Kualitas produk mencakup enam elemen, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency* dan *design*. Setelah membeli dan menggunakan suatu produk, pembeli akan merasa puas bila kualitas produknya baik.

2. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan besar dalam industri ritel. Harga yang murah akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi.

3. Kualitas pelayanan

Salah satu konsep *service quality* adalah ServQual sangat tergantung dari tiga faktor, yaitu: 1) sistem 2) teknologi 3) manusia. Berdasarkan konsep ServQual, komponen ini mempunyai banyak dimensi, yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*.

4. Faktor emosional

Kepuasan yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk (mobil, pakaian, dan sebagainya) yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari

kelompok orang penting dan sebagainya.

5. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa.

Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Secara umum, kualitas adalah dimensi yang global dan relative tidak sensitif terhadap perbedaan segmen. Komitmen terhadap kualitas akan memberikan *pay-off* yang setimpal bila suatu perusahaan ingin membangun total kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.

2.11 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan terkait dengan penelitian ini antara lain yang dilakukan I Nyoman Nurcaya (2000), dalam menentukan harapan dan persepsi pasien terhadap kinerja dan pelayanan di Rumah Sakit di Provinsi Bali dengan menggunakan teknik *Service Quality* yang terdiri dari 25 atribut yang tersebar kedalam enam dimensi, yaitu : *tangible, assurance, responsiveness, emphaty, accessibility dan affordability* menyimpulkan bahwa berdasarkan uji validitas didapat bahwa semua variabel yang diteliti menghasilkan korelasi lebih besar dari 3 yang memiliki arti instrument tersebut dikatakan valid. Hasil analisis kesenjangan (*gap*) terhadap kualitas pelayanan menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan yang diberikan rumah sakit dengan yang diharapkan pasien. Kesenjangan terjadi pada semua rumah sakit dan untuk kelima dimensi kualitas pelayanan.

BAB III

KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS PENELITIAN

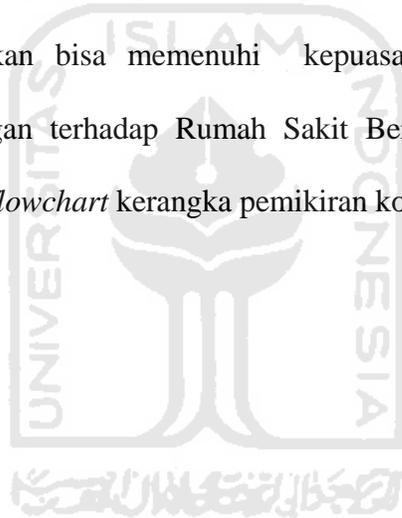
3.1 Kerangka Konsep

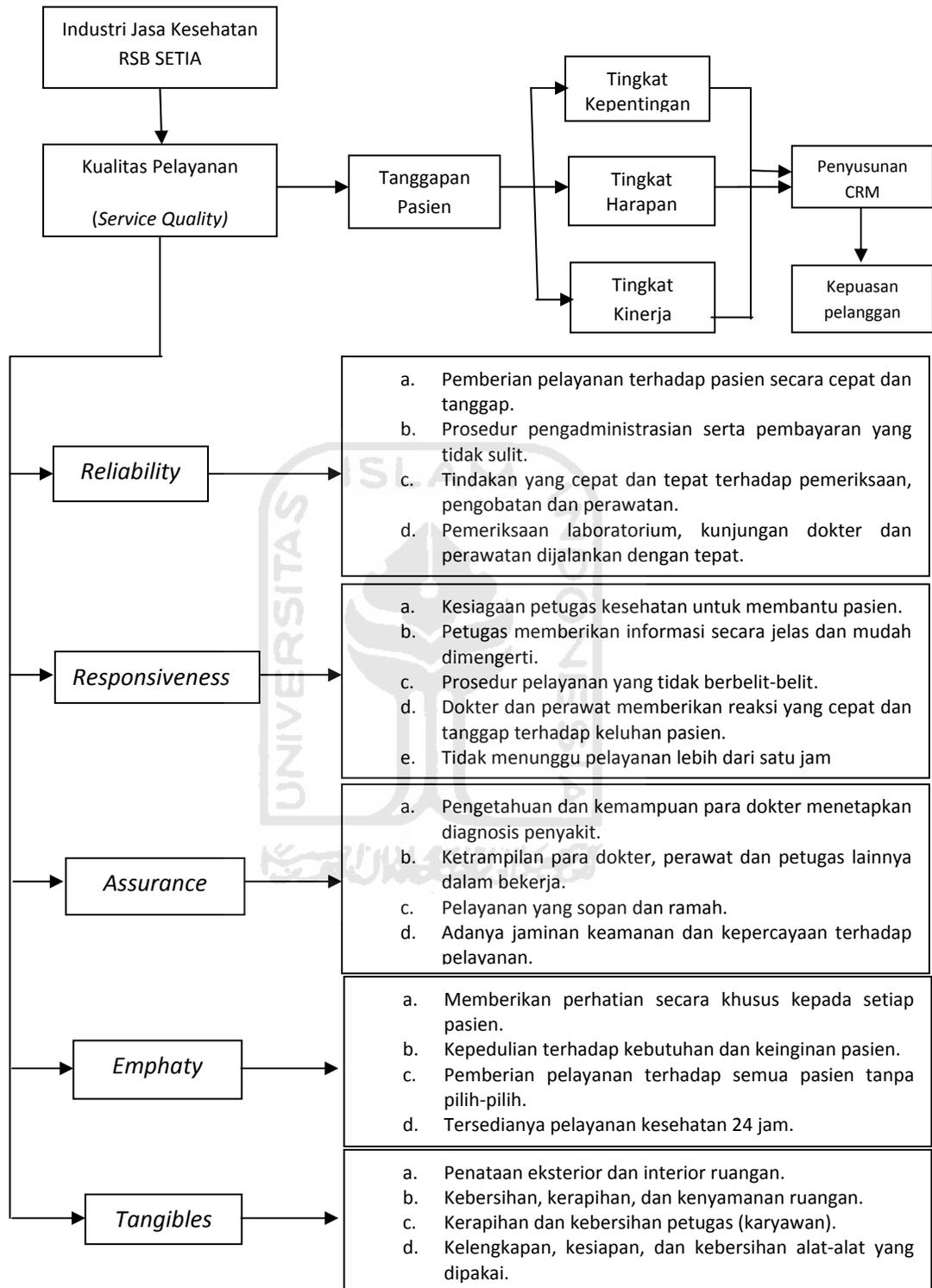
Usaha perusahaan agar dapat terus bertahan di pasar, harus dapat memelihara dan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Hal ini disebabkan karena pelanggan yang dapat memberikan *avenue* dan *profit* bagi perusahaan. Banyak hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satunya adalah kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik tentunya akan menarik lebih banyak pelanggan dan begitu pula sebaliknya.

Pasien adalah pengguna jasa dalam industri jasa kesehatan rumah sakit. Kepuasan pasien dapat dicapai apabila layanan yang diharapkan telah sesuai dengan pelayanan yang telah dilakukan rumah sakit. Rumah sakit harus senantiasa memberikan pelayanan kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan pasien dengan memperhatikan atribut-atribut jasa yang dianggap penting oleh pelanggan dan senantiasa melakukan perbaikan pelayanan agar pelanggan merasa puas dan terus menggunakan penyedia jasa tersebut.

Konsep *Service Quality* merupakan salah satu cara yang dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan tanggapan pasien dari hasil penyebaran kuesioner maka dapat diperoleh hasil penilaian tingkat kepentingan, harapan dan kinerja tiap atribut kualitas pelayanan.

Hasil penilaian tingkat harapan dan tingkat kinerja tiap atribut kualitas pelayanan akan dianalisis dengan uji *Mann Whitney* untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan tingkat distribusi populasi dan mengetahui tingkat kepuasan pasien melalui analisis tingkat harapan dan tingkat kinerja menggunakan ukuran pemusatan *median*. Hasil penilaian tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja digunakan untuk merancang sistem CRM (*Customer Relationship management*). Dengan menggunakan sistem CRM (*Customer Relationship management*) yang disusun berdasarkan keinginan pelanggan, maka diharapkan bisa memenuhi kepuasan pelanggan serta dapat mengikat loyalitas pelanggan terhadap Rumah Sakit Bersain Setia. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada *flowchart* kerangka pemikiran konseptual Gambar 3.1.





Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran Konseptual

3.2 Hipotesis

Uji *Mann Whitney* digunakan untuk menguji signifikansi hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal (Sugiyono,1999). Uji *Mann Whitney* pada penelitian ini akan dilakukan dengan bantuan SPSS 11.0 untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan distribusi frekuensi dan menganalisis tingkat kesenjangan antara tingkat harapan dan tingkat kinerja dengan menggunakan ukuran pemusatan *median*. Dengan demikian akan dapat diketahui tingkat kepuasan pelanggan dalam tiap-tiap atribut.

Adapun perumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- H_0 : tidak ada perbedaan antara tingkat harapan dengan tingkat kinerja di tiap atribut kualitas pelayanan Rumah Sakit Bersalin SETIA.
- H_1 : ada perbedaan antara tingkat harapan dengan tingkat kinerja di tiap atribut kualitas pelayanan Rumah Sakit Bersalin SETIA.

Dasar pengambilan keputusan hipotesis adalah dengan melihat *Pvalue* pada *output* SPSS. Jika *Pvalue* lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 maka H_0 diterima, sebaliknya jika *Pvalue* kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak (Santoso, 2001).

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang telah dibuat kepada responden yang ada pada saat diadakannya penelitian. Kuesioner dibagikan kepada pasien rawat jalan maupun rawat inap yang ada pada saat diadakannya penelitian. Metode deskriptif kuantitatif yang digunakan untuk menganalisa data hasil penyebaran kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert agar data kualitatif dapat dikuantitafkan, sehingga nilai variable yang diukur dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,1999).

4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian dimulai pada pertengahan September 2010 sampai dengan 5 Nopember 2010 dengan mengambil lokasi penelitian di RSB SETIA Jl. Raya Serang-Cibarusah, Cikarang Selatan-Bekasi dan KLINIK SETIA 3 di Ruko Mutiara Bekasi Jaya.

4.3 Penentuan Sumber Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data internal sebagai data sekunder. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa cara untuk penelitian dan pengumpulan data, diantaranya adalah:

1. Mengumpulkan data internal perusahaan

Metode pengumpulan data dengan mengambil hasil kuesioner yang sudah dibagikan kepada pasien rawat jalan maupun pasien rawat inap.

2. Studi Kepustakaan

Untuk menunjang dan memperlancar penulisan thesis ini, maka diperlukan data, artikel jurnal, dan teori- teori yang berhubungan dengan *customer relationship management* dan *servqual* yang diperoleh melalui buku-buku literatur, internet, dan majalah.

Populasi penelitian adalah seluruh pasien yang berobat di Rumah Sakit Bersalin Setia pada saat dilakukannya penelitian. Penentuan sampel penelitian dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Ada beberapa pedoman dalam menggunakan metode ini, yaitu: 1) pengambilan sampel disesuaikan dengan tujuan penelitian, 2) jumlah atau ukuran sampel tidak dipersoalkan, 3) Unit sampel disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian.

4.4 Variabel Penelitian

Adapun variabel- variabel yang akan digunakan dalam penyusunan kuesioner dan di bagikan kepada responden adalah sebagai berikut:

1. Keandalan (*realibility*)

Variabel-variabel yang termasuk dalam keandalan (*realibility*) adalah:

- a. Pemberian pelayanan terhadap pasien secara tepat dan tanggap.
- b. Prosedur pengadministrasian serta pembayaran yang tidak sulit.
- c. Tindakan yang cepat dan tepat terhadap pemeriksaan, pengobatan dan perawatan.
- d. Pemeriksaan laboratorium, kunjungan dokter dan perawatan dijalankan dengan tepat.
- e. Penerimaan hasil pemeriksaan secara cepat dan tepat.

2. Daya tanggap (*responsiveness*)

- a. Kesiagaan petugas kesehatan untuk membantu pasien.
- b. Petugas memberikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti.
- c. Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit.
- d. Dokter dan perawat memberikan memberikan reaksi cepat dan tanggap terhadap keluhan pasien.
- e. Tidak menunggu pelayanan lebih dari satu jam.

3. Jaminan (assurance)

- a. Pengetahuan dan kemampuan dokter menetapkan diagnosis penyakit.
- b. Keterampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja.
- c. Tersedianya pelayanan kesehatan 24 jam.
- d. Adanya jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan.

4. Empati (*emphaty*)

- a. Memberikan perhatian khusus pada setiap pasien.
- b. Kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pasien.
- c. Pemberian pelayanan terhadap pasien tanpa pilih-pilih.
- d. Pelayanan yang sopan dan ramah.

5. Berwujud (*tangibles*)

- a. Penataan *eksterior* dan *interior* ruangan.
- b. Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan.
- c. Kerapihan dan kebersihan penampilan (karyawan).
- d. Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat yang dipakai.

4.5 Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah butir pernyataan dalam suatu kuesioner sudah valid atau reliable. Validitas menunjukkan sejauh mana kuesioner mengukur apa yang akan diukur. Jenis validitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah validitas konstruk agar lebih terarah pada pernyataan mengenai

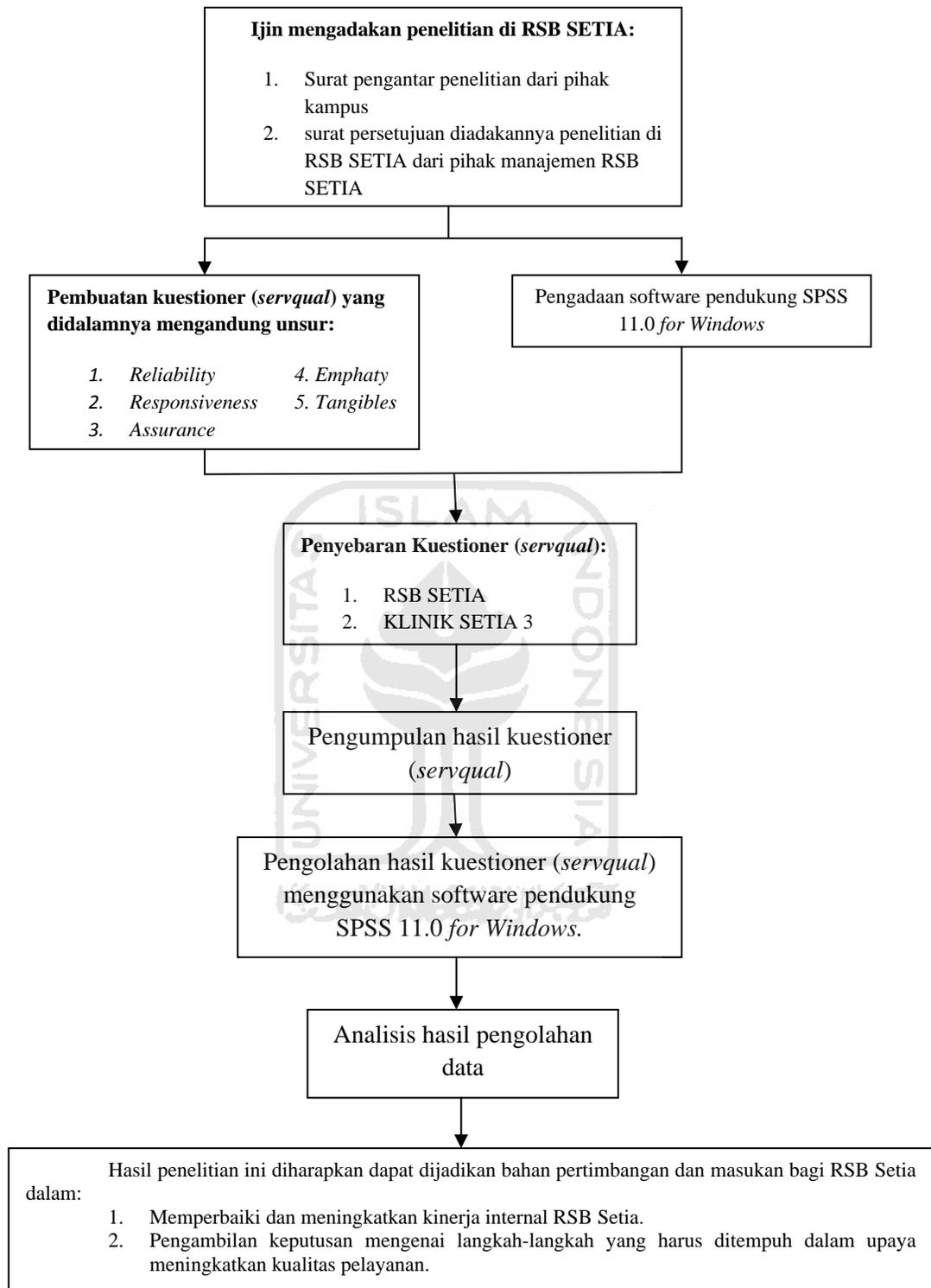
apa yang sebenarnya diukur oleh alat pengukur yang digunakan. Uji coba kuestioner dilakukan kepada 14 orang responden agar distribusi nilai akan lebih mendekati asumsi kurva normal yang sangat diperlukan untuk perhitungan statistik. Pengujian akan dilakukan menggunakan SPSS 11.0.

Jika P_{value} kurang dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan maka pernyataan tersebut adalah valid. Sebaliknya, jika P_{value} lebih besar dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan maka pernyataan tersebut tidak valid (Santoso, 2000).

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh P_{value} pada tiap pertanyaan kurang dari taraf signifikansi sebesar 0.01. Hal ini membuktikan bahwa semua pertanyaan berkorelasi sangat nyata dan dinyatakan valid, berarti pasien dapat mengerti maksud dari tiap pertanyaan yang diajukan penulis untuk kuestioner. Hasil uji validitas kuestioner disajikan pada lampiran.

4.6 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan data yang akan digunakan dalam analisis. Untuk lebih jelasnya prosedur penelitian dapat dilihat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.1 Prosedur Penelitian

4.7 Analisis Data

Metode diskriptif kualitatif-kuantitatif digunakan menganalisis data pada penelitian ini. Skala yang digunakan dalam pengukuran ini adalah skala Likert agar data kualitatif dapat dikuantitatifkan sehingga variable yang diukur dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social (Sugiyono, 1999).

Importance Performance Analisis digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana kinerja pelayanan yang telah diberikan Rumah Sakit Bersalin Setia dan perbaikan yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu memuaskan pelanggan. *Importance* (tingkat kepentingan) menggambarkan seberapa penting atribut kualitas pelayanan pada saat itu dan *performance* (tingkat kinerja) menggambarkan persepsi pasien terhadap kinerja dari atribut-atribut kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Rumah Sakit Bersalin Setia.

Terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X an Y digunakan pada penelitian ini untuk mempermudah dalam perhitungan, dimana: X kepuasan pelanggan, sedangkan Y merupakan penilaian tingkat kepentingan pelanggan. Responden diminta untuk menjawab tingkat kepentingan (*importance*) pada tiap atribut kualitas pelayanan dengan memberikan bobot sebagai berikut:

- a) Untuk jawaban tidak penting di beri bobot 1.
- b) Untuk jawaban kurang penting di beri bobot 2.

- c) Untuk jawaban cukup penting di beri bobot 3.
- d) Untuk jawaban penting di beri bobot 4.
- e) Untuk jawaban sangat penting di beri bobot 5.

Responden dinyatakan tingkat kinerja (*performance*) pada atribut-atribut kualitas pelayanan yang sama dengan memberikan bobot sebagai berikut:

- a) Untuk jawaban tidak baik di beri bobot 1.
- b) Untuk jawaban kurang baik di beri bobot 2.
- c) Untuk jawaban cukup baik di beri bobot 3.
- d) Untuk jawaban baik di beri bobot 4.
- e) Untuk jawaban sangat baik di beri bobot 5.

Perolehan skor rata-rata dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pada tiap atribut kualitas pelayanan digunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} ; \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (1)$$

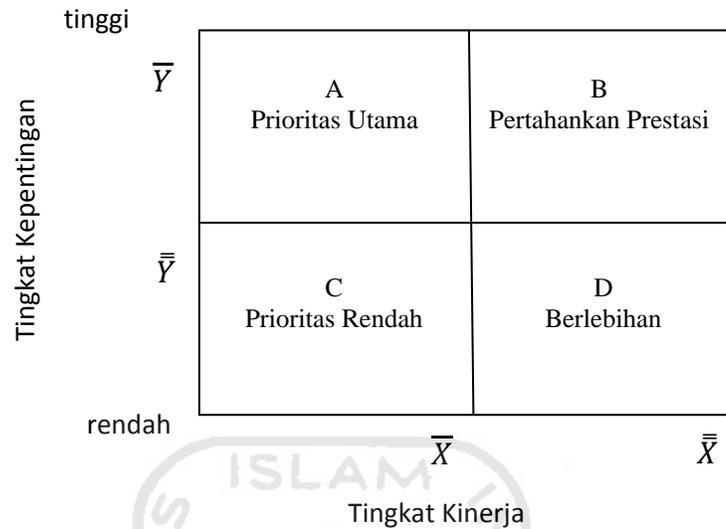
Dinama:

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Keseluruhan atribut kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan akan dijabarkan dalam diagram kartesius Gambar 4.1.



Gambar 4.2 Diagram Kartesius

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}) , dimana \bar{X} merupakan skor rata-rata dari skor rata-rata tingkat kinerja keseluruhan atribut dan \bar{Y} adalah skor rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut. Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor rata-rata tingkat kinerja dan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor rata-rata tingkat kepentingan. Perhitungan \bar{X} dan \bar{Y} diperoleh dari rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{x}_i}{K} ; \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{y}_i}{K} \quad (2)$$

Dimana:

K = Banyaknya atribut kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Perusahaan dapat mengetahui peringkat jasa menurut kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan, serta mengidentifikasi tindakan apa yang perlu dilakukan manajemen perusahaan melalui penjabaran keseluruhan atribut kualitas pelayanan ke dalam diagram kartesius dengan cara sebagai berikut:

Kuadran A

Wilayah yang menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi atau di atas nilai rata-rata sedangkan tingkat kinerjanya dinilai rendah. Atribut-atribut kualitas yang termasuk dalam kuadran ini kinerjanya harus ditingkatkan oleh pihak perusahaan dengan cara senantiasa melakukan perbaikan secara kontinue.

Kuadran B

Wilayah yang menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memperlihatkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertahankan dan harus terus dikelola dengan baik karena keberadaannya memiliki keunggulan dimata pelanggan.

Kuadran C

Wilayah ini memuat atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dibawah rata-rata (rendah). Atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pihak

pelanggan dan perusahaan hanya melaksanakannya biasa-biasa saja sehingga pihak perusahaan merasa belum terlalu perlu mengalokasikan biaya dan investasi untuk memperbaiki kinerjanya. Atribut-atribut kualitas pelayanan dalam kuadran ini tetap perlu diwaspadai, dicermati dan dikontrol karena tingkat kepentingan pelanggan dapat berubah seiring meningkatnya kebutuhan.

Kuadran D

Wilyah ini memuat atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah sedangkan tingkat pelaksanaannya tinggi. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dalam pelaksanaannya dirasakan terlalu berlebihan oleh pelanggan. Terdapat dua langkah yang dapat dilakukan Rumah Sakit Bersalin Setia, yaitu: (1) mengurangi dan mengalokasikan biaya dan investasi ke atribut-atribut kualitas pelayanan yang membutuhkan perbaikan atau (2) tetap mempertahankan kinerja atribut yang termasuk dalam kuadran ini karena justru perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing.

Uji *Mann Whitney* digunakan untuk menguji signifikansi hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal (Sugiyono, 1999). Uji *Mann Whitney* pada penelitian ini akan dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 11.00 *for Windows* untuk mengetahui ada-tidaknya perbedaan distribusi populasi dan menganalisis kesenjangan antara tingkat harapan dengan tingkat kinerja di tiap atribut kualitas pelayanan dengan menggunakan ukuran pemusatan *median* sehingga dapat diketahui tingkat kepuasan pelanggan di tiap atribut kualitas pelayanan Rumah Sakit Bersalin Setia.

Ukuran pemusatan *median* lebih sesuai diterapkan pada skala ordinal dan dapat digunakan apabila: (1) distribusi frekuensi sangat berat sebelah dimana terdapat satu atau dua nilai yang ekstrim berada di kedua ujung distribusi (2) distribusi yang diperoleh tidak lengkap (3) tidak cukup waktu menghitung rerata (Faisal, 1989).



BAB V

HASIL PENELITIAN

5.1 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini kuisioner disebarakan kepada semua pasien yang ada pada saat diadakannya penelitian di Rumah Sakit Bersalin SETIA dan Klinik SETIA 3. Jumlah yang diperoleh adalah 120 pasien dengan berbagai karakteristik yang telah ditetapkan sebelumnya sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun karakteristik pasien yang digunakan meliputi: 1) jenis kelamin, 2) usia, 3) wilayah tempat tinggal, 4) pekerjaan, 5) rata-rata pengeluaran perbulan, 6) jenis pengobatan. Berikut diskripsi karakteristik pasien yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner.

1. Jenis Kelamin

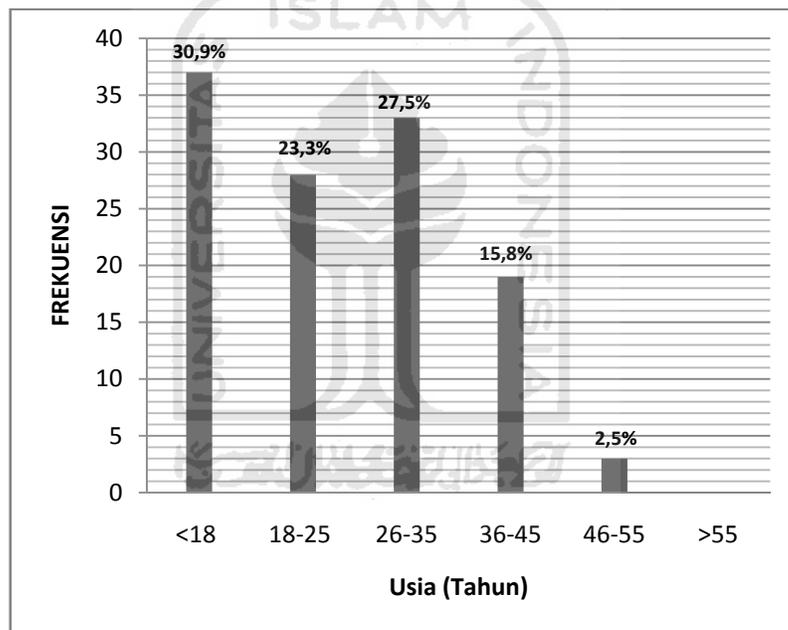
Berdasarkan Tabel 1 penyebaran kuisioner kepada 120 pasien, diperoleh sebanyak 35,8 persen pasien berjenis kelamin pria dan 64,2 persen pasien berjenis kelamin wanita. Dengan melihat persentase maka dapat diketahui bahwa yang menerima pelayanan di Rumah Sakit Bersalin SETIA dan Klinik SETIA 3 didominasi pasien wanita.

Tabel 1. Diskripsi Pasien Berdasarkan Jenis kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
|----------------------|------------------|-----------------------|
| Pria | 43 | 35,8 |
| Wanita | 77 | 64,2 |
| Total | 120 | 100 |

2. Usia

Berdasarkan data yang di peroleh setelah pengumpulan kuistioner dari 120 pasien tingkat pasien yang mendapatkan perawatan didominasi usia kurang dari 18 tahun (anak-anak), kemudian usia 26-35 tahun hal ini dikarenakan RSB SETIA merupakan rumah sakit bersalin dan kebanyakan yang mendominasi adalah wanita dan anak-anak untuk menjaga kesehatannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 5.1.



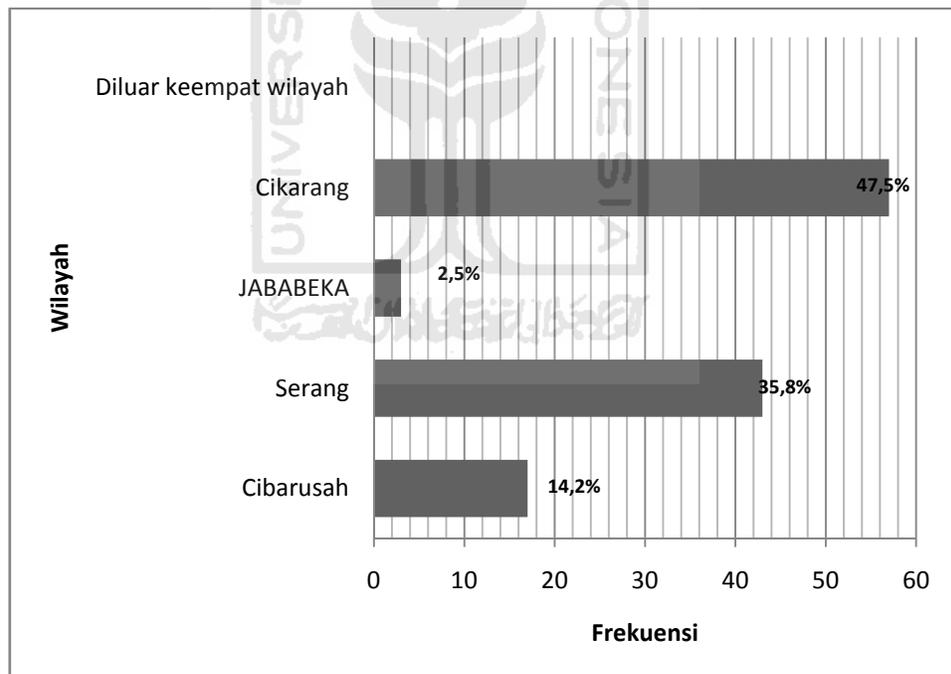
Gambar 5.1 Deskripsi Pasien Berdasarkan Usia

3. Wilayah Tempat Tinggal

Berdasarkan Gambar 5.2 diperoleh data wilayah tempat tinggal pasien yang melakukan pengobatan di RSB SETIA dan Klinik SETIA 3 dari hasil penyebaran kuistioner. Gambar 5.2 menunjukkan sebesar 35,8 persen bertempat tinggal di

wilayah Serang, 2,5 persen pasien bertempat tinggal di wilayah JABABEKA, 14,2 persen pasien bertempat tinggal di wilayah Cibarusah, dan sisanya 47,5 persen pasien bertempat tinggal di wilayah Cikarang.

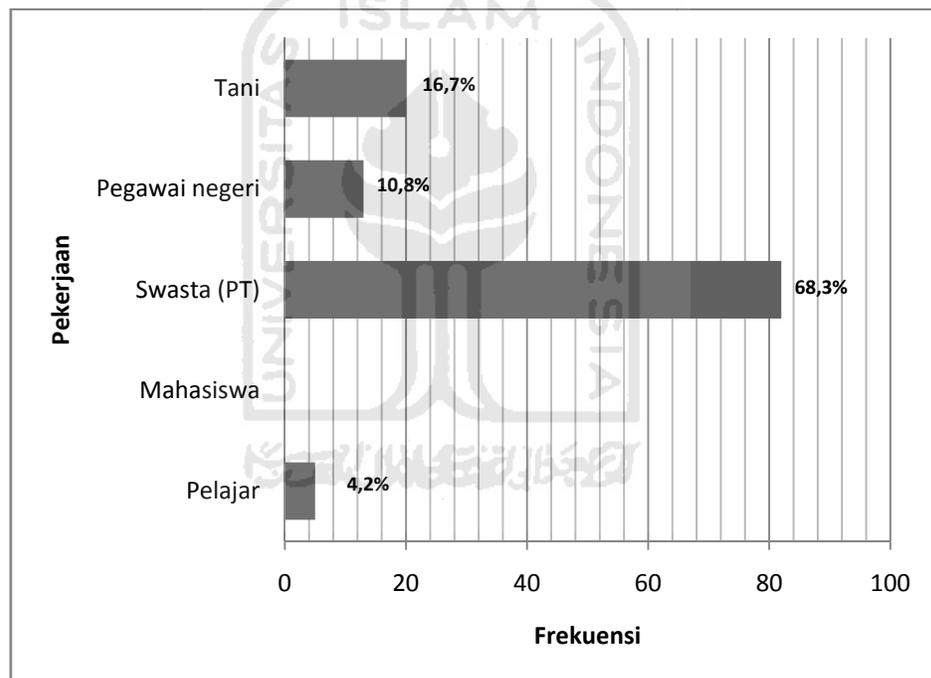
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rumah Sakit Bersalin SETIA dan Klinik SETIA 3 lebih banyak dikunjungi oleh pasien yang bertempat tinggal di wilayah Cikarang dan wilayah Serang. Letak yang strategis yang berada di kawasan Cikarang dan kawasan Serang menjadikan alasan untuk menjadikan Rumah Sakit Bersalin SETIA dan Klinik SETIA 3 sebagai penyedia jasa kesehatan bagi pasien yang bertempat tinggal di kedua wilayah tersebut.



Gambar 5.2 Deskripsi Pasien Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

4. Pekerjaan

Hasil penyebaran kuisioner kepada 120 pasien diperoleh hasil sebanyak 4,2 persen pelajar, 68,3 persen pegawai swasta (PT), 10,8 persen pegawai negeri dan 16,7 persen petani. Pasien yang menjalani perawatan didominasi oleh pegawai swasta (PT) dikarenakan Rumah Sakit Bersalin SETIA bermitra dengan asuransi dan kebanyakan yang menggunakan asuransi adalah pekerja swasta (PT). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 5.3.



Gambar 5.3 Deskripsi Pasien Berdasarkan Pekerjaan

5. Jenis Pengobatan

Data jenis pengobatan yang di peroleh dari penyebaran kuistioner diperoleh sebanyak 45,8% pasien yang menjalani pengobatan pada poli umum, 1,7 persen pasien yang menjalani pengobatan penyakit paru, 10,8% pasien yang menjalani pemeriksaan kebidanan dan kandungan, 1,7 persen pasien yang menjalani pengobatan DBD, 5% pasien yang menjalani pengobatan kulit dan kelamin, 5,8% pasien yang menjalakan pemeriksaan *medical chek up* dan 29,2 persen pasien anak yang menjalani pengobatan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Diskripsi Pasien Berdasarkan Jenis Pengobatan

| Jenis Pengobatan | Frekuensi | Persentase (%) |
|----------------------------|------------------|-----------------------|
| Poli Umum | 55 | 45,8 |
| Penyakit Paru | 2 | 1,7 |
| Kebidanan / kandungan | 13 | 10,8 |
| DBD | 2 | 1,7 |
| Penyakit kulit dan kelamin | 6 | 5 |
| <i>Medical chek up</i> | 7 | 5,8 |
| Kesehatan anak | 35 | 29,2 |
| Total | 120 | 100 |

5.2 Hasil Penelitian Kesenjangan antara harapan Pasien dengan Tingkat Kepentingan dan Kinerja Rumah Sakit Bersalin SETIA

Pasien akan merasa puas bila kinerja yang diberikan Rumah Sakit Bersalin SETIA telah mampu memenuhi harapan pasien. Hasil perolehan nilai *median* pada tingkat kinerja memberikan gambaran kondisi pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Bersalin SETIA pada saat diadakannya penelitian. Hasil penelitian nilai *median* pada tingkat kinerja diperoleh berdasarkan analisa menggunakan SPSS 11.0 *for Windows*.

Tabel 3. Tingkat Kepuasan Pasien

| No | Atribut- atribut Kualitas Pelayanan | Median tingkat | Median tingkat | Keterangan |
|----|---|----------------|----------------|------------|
| | Keandalan (<i>reliability</i>) | | | |
| 1 | Pemberian pelayanan terhadap pasien secara tepat dan | 5 | 4 | Belum puas |
| 2 | Prosedur pengadministrasian serta pembayaran yang tidak | 4 | 4 | Sudah puas |
| 3 | Tindakan yang cepat dan tepat terhadap pemeriksaan, | 4 | 4 | Sudah puas |
| 4 | Pemeriksaan laboratorium, kunjungan dokter dan | 4 | 4 | Sudah puas |
| 5 | Penerimaan hasil pemeriksaan secara tepat dan tepat | 4 | 4 | Sudah puas |
| | Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) | | | |
| 1 | Kesiagaan petugas kesehatan untuk membantu pasien | 5 | 5 | Sudah puas |
| 2 | Petugas memberikan informasi secara jelas dan mudah | 5 | 5 | Sudah puas |
| 3 | Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit | 5 | 5 | Sudah puas |
| 4 | Dokter dan perawat memberikan memberikan reaksi cepat | 5 | 5 | Sudah puas |
| 5 | Tidak menunggu pelayanan lebih dari satu jam | 5 | 5 | Sudah puas |
| | Jaminan (<i>assurance</i>) | | | |
| 1 | Pengetahuan dan kemampuan dokter menetapkan diagnosis | 4 | 4 | Sudah puas |
| 2 | Ketrampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya | 5 | 4 | Belum puas |
| 3 | Tersedianya pelayanan kesehatan 24 jam | 5 | 5 | Sudah puas |
| 4 | Adanya jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap | 5 | 4 | Belum puas |
| | Empati (<i>emphaty</i>) | | | |
| 1 | Memberikan perhatian khusus pada setiap pasien | 4 | 4 | Sudah puas |
| 2 | Kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pasien | 4 | 4 | Sudah puas |
| 3 | Pemberian pelayanan terhadap pasien tanpa pilih-pilih | 5 | 4 | Belum puas |
| 4 | Pelayanan yang sopan dan ramah | 5 | 4 | Belum puas |
| | Berwujud (<i>tangibles</i>) | | | |
| 1 | Penataan <i>eksterior</i> dan <i>interior</i> ruangan | 5 | 4 | Belum puas |
| 2 | Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan | 5 | 4 | Belum puas |
| 3 | Kerapihan dan kebersihan penampilan (karyawan) | 5 | 4 | Belum puas |
| 4 | Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat | 5 | 4 | Belum puas |

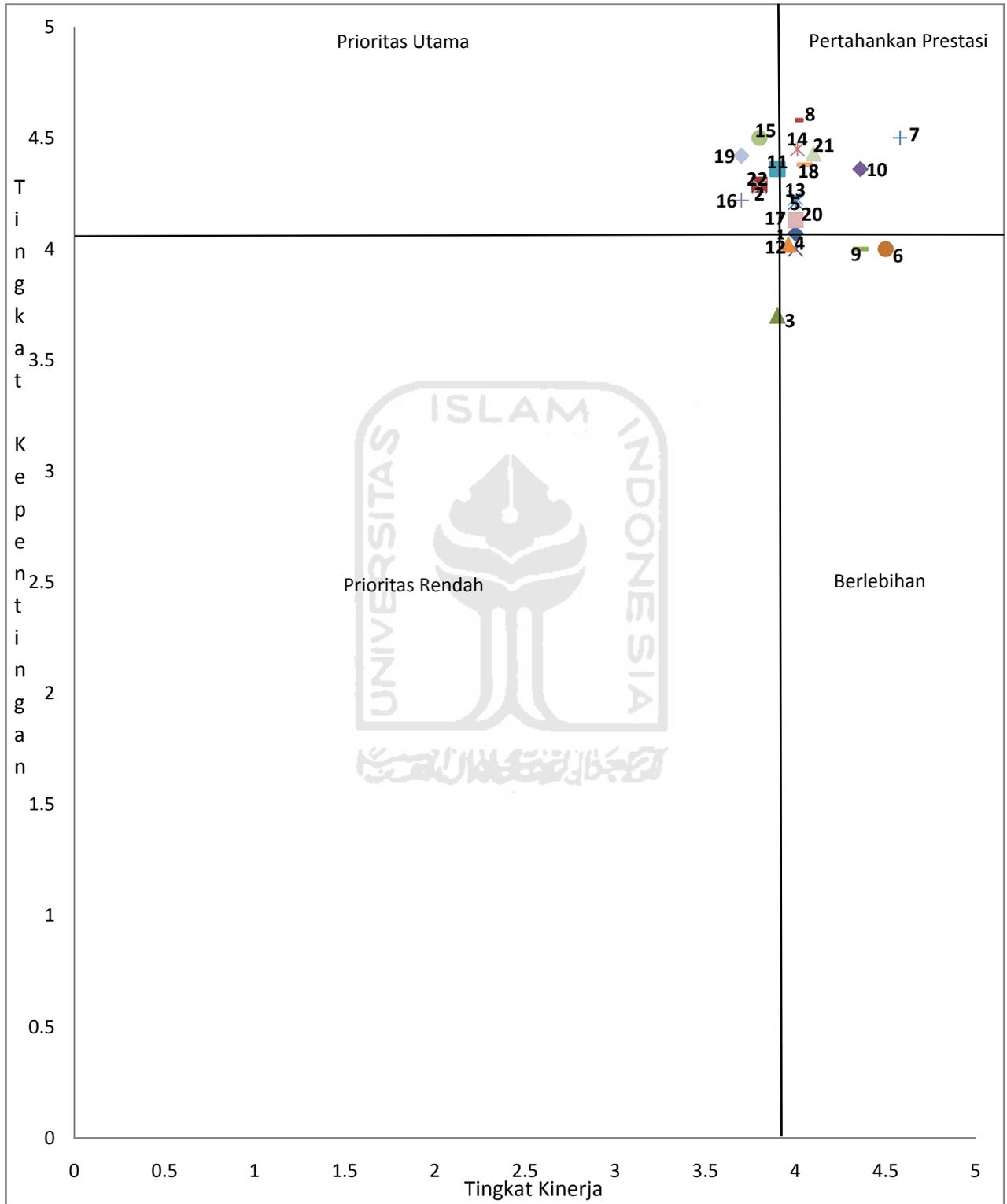
Hasil Kesenjangan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Rumah Sakit Bersalin SETIA dapat dilihat dengan jelas pada gambar diagram kartesius dibawah ini.

Tabel 4 Rata-rata Tingkat Harapan dan Tingkat kinerja

| No | Atribut- atribut Kualitas Pelayanan | Mean tingkat | Mean tingkat |
|----|--|--------------|--------------|
| | Keandalan (<i>reliability</i>) | | |
| 1 | Pemberian pelayanan terhadap pasien secara tepat dan tanggap | 4.29 | 4 |
| 2 | Prosedur pengadministrasian serta pembayaran yang tidak sulit | 3,7 | 3,8 |
| 3 | Tindakan yang cepat dan tepat terhadap pemeriksaan, pengobatan dan perawatan | 4 | 3,9 |
| 4 | Pemeriksaan laboratorium, kunjungan dokter dan perawatan dijalankan | 4,21 | 4 |
| 5 | Penerimaan hasil pemeriksaan secara tepat dan tepat | 4 | 4 |
| | Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) | | |
| 1 | Kesiagaan petugas kesehatan untuk membantu pasien | 4.5 | 4,5 |
| 2 | Petugas memberikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti | 4,58 | 4,58 |
| 3 | Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit | 4 | 4 |
| 4 | Dokter dan perawat memberikan memberikan reaksi cepat dan tanggap | 4,36 | 4,38 |
| 5 | Tidak menunggu pelayanan lebih dari satu jam | 4.36 | 4,36 |
| | Jaminan (<i>assurance</i>) | | |
| 1 | Pengetahuan dan kemampuan dokter menetapkan diagnosis penyakit | 4,02 | 3,9 |
| 2 | Ketrampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja | 4,23 | 3,96 |
| 3 | Tersedianya pelayanan kesehatan 24 jam | 4,45 | 4 |
| 4 | Adanya jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan | 4,5 | 4,01 |
| | Empati (<i>emphaty</i>) | | |
| 1 | Memberikan perhatian khusus pada setiap pasien | 4,22 | 3,8 |
| 2 | Kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pasien | 4,16 | 3,7 |
| 3 | Pemberian pelayanan terhadap pasien tanpa pilih-pilih | 4,38 | 3,9 |
| 4 | Pelayanan yang sopan dan ramah | 4,42 | 4,05 |
| | Berwujud (<i>tangibles</i>) | | |
| 1 | Penataan <i>eksterior</i> dan <i>interior</i> ruangan | 4,13 | 3,7 |
| 2 | Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan | 4,43 | 4 |
| 3 | Kerapihan dan kebersihan penampilan (karyawan) | 4,28 | 4,1 |
| 4 | Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat | 4,48 | 3,8 |
| | <i>Mean</i> (rata-rata) | 4,07 | 3,85 |

Tabel 5. Keterangan Diagram Kartesius

| NO | Keterangan |
|-----------|--|
| 1 | Pemberian pelayanan terhadap pasien secara tepat dan tanggap |
| 2 | Prosedur pengadministrasian serta pembayaran yang tidak sulit |
| 3 | Tindakan yang cepat dan tepat terhadap pemeriksaan, pengobatan dan perawatan |
| 4 | Pemeriksaan laboratorium, kunjungan dokter dan perawatan dijalankan dengan tepat |
| 5 | Penerimaan hasil pemeriksaan secara tepat dan tepat |
| 6 | Kesiagaan petugas kesehatan untuk membantu pasien |
| 7 | Petugas memberikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti |
| 8 | Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit |
| 9 | Dokter dan perawat memberikan reaksi cepat dan tanggap terhadap keluhan pasien |
| 10 | Tidak menunggu pelayanan lebih dari satu jam |
| 11 | Pengetahuan dan kemampuan dokter menetapkan diagnosis penyakit |
| 12 | Ketrampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja |
| 13 | Tersedianya pelayanan kesehatan 24 jam |
| 14 | Adanya jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan |
| 15 | Memberikan perhatian khusus pada setiap pasien |
| 16 | Kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pasien |
| 17 | Pemberian pelayanan terhadap pasien tanpa pilih-pilih |
| 18 | Pelayanan yang sopan dan ramah |
| 19 | Penataan <i>eksterior</i> dan <i>interior</i> ruangan |
| 20 | Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan |
| 21 | Kerapihan dan kebersihan penampilan (karyawan) |
| 22 | Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat |



Gambar 5.4. Diagram Kartesius Atribut-atribut Pelayanan RSBSETIA

5.3 Hasil Uji *Mann Whitney*

Uji *Mann Whitney* digunakan untuk pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian. Adapun perumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_0 : tidak ada perbedaan antara tingkat harapan dengan tingkat kinerja di tiap atribut kualitas pelayanan Rumah Sakit Bersalin SETIA.

H_1 : ada perbedaan antara tingkat harapan dengan tingkat kinerja di tiap atribut kualitas pelayanan Rumah Sakit Bersalin SETIA.

Dasar pengambilan keputusan hipotesis adalah dengan melihat P_{value} pada *output* SPSS. Jika P_{value} lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 maka H_0 diterima, sebaliknya jika P_{value} kurang dari 0.05 maka H_0 ditolak (Santoso, 2001). Hasil yang diperoleh menggunakan SPSS 11.0 *for Windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji *Mann Whitney*

| | Tingkat Kinerja | N | Mean Rank | P_{value} |
|----------------------------|------------------------|-----------|------------------|-------------------------------|
| Tingkat Kepentingan | Baik | 17 | 11.06 | |
| | Sangat Baik | 7 | 16.00 | 0.048 |
| Total | | 24 | | |

Dari hasil uji *Mann Whitney* menggunakan SPSS 11.0 *for windows* tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menghasilkan $P_{value}=0.048$. Dengan melihat hasil P_{value} yang kurang dari 0.05 maka H_1 yang dipakai dalam pengambilan keputusan

yaitu ada perbedaan antara tingkat harapan dengan tingkat kinerja di tiap atribut kualitas pelayanan Rumah Sakit Bersalin SETIA.



BAB VI

PEMBAHASAN

6.1 Hasil Uji *Mann Whitney*

Hasil Uji *Mann Whitney* yang dilakukan menggunakan SPSS 11.0 *for windows* mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan Rumah Sakit Bersalin SETIA menghasilkan $P_{value}=0.048$. Dengan melihat hasil P_{value} dari hasil uji *Mann Whitney* yang mempunyai nilai lebih kecil dari 0.05 berdasarkan pengambilan keputusan hipotesis dengan melihat pada *output* SPSS. Jika P_{value} lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 maka H_0 diterima, sebaliknya jika P_{value} kurang dari 0.05 maka H_0 ditolak (Santoso, 2001).

Berdasarkan pengambilan keputusan hipotesis dengan melihat P_{value} pada *output* SPSS maka H_1 yang akan dipakai dalam pengambilan keputusan penelitian yaitu ada perbedaan antara tingkat harapan dengan tingkat kinerja di tiap atribut kualitas pelayanan Rumah Sakit Bersalin SETIA. Hal ini mengindikasikan bahwa kedua sampel memang nyata berasal dari populasi yang sama sehingga memiliki nilai sampel yang relatif sama, yang berarti nilai sampel menyebar secara normal sehingga kepuasan pelanggan dapat diketahui.

6.2 Kepuasan Pasien

Analisis kesenjangan antara layanan yang diharapkan dengan kinerja pelayanan yang telah diberikan Rumah Sakit Bersalin Setia diperlukan untuk mengetahui apakah tiap atribut kualitas pelayanan Rumah Sakit Bersalin Setia telah dapat memberikan kepuasan kepada pasien. Hasil dari penilaian kesenjangan ini akan memberikan informasi sudah sejauh mana kinerja yang telah diberikan dalam memenuhi harapan pasien.

Pasien akan merasa puas bila kinerja yang diberikan Rumah Sakit Bersalin Setia telah mampu memenuhi harapan mereka dan Rumah Sakit Bersalin Setia harus dapat memperthankan kinerjanya dan mengelolanya dengan baik. Sebaliknya, jika kinerja pelayanan yang telah diberikan Rumah Sakit Bersalin Setia belum dapat memenuhi harapan pasien maka Rumah Sakit Bersalin Setia harus meningkatkan kinerjanya agar dapat memuaskan pasiennya.

Hasil perolehan median pada tingkat kinerja memberikan gambaran kondisi pelayanan Rumah Sakit Bersalin Setia pada saat itu, yakni mempunyai bobot yang hampir sama antara sudah puas sebesar 52,3 persen dan kurang puas sebesar 47,7 persen dari atribut pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Bersalin Setia (Tabel 3).

Berdasarkan *Uji Mann Whitney* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan distribusi populasi nilai antara tingkat harapan dengan tingkat kinerja (tolak H_0) di tiap atribut kualitas pelayanan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan diperolehnya $P\text{-value}$ lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,048 untuk keseluruhan atribut kualitas

pelayanan Gambar 5.4. Terdapat perbedaan distribusi populasi nilai yang nyata ini menunjukkan bahwa nilai sampel menyebar secara normal sehingga tingkat kepuasan pasien dapat diketahui di tiap atribut kualitas pelayanan.

6.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Bila dianalisa perdimensi kualitas pelayanan Tabel 2 maka dapat diketahui bahwa untuk dimensi kualitas pelayanan keandalan (*reability*) menghasilkan 80 persen dari keseluruhan atribut yang tergabung dalam dimensi ini telah dapat memuaskan pasien dan hanya terdapat satu atribut yang belum mampu memberikan kepuasan kepada pasien yaitu pemberian pelayanan terhadap pasien secara tepat dan tanggap. Untuk dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yang ditawarkan oleh Rumah Sakit Bersalin Setia telah dapat memenuhi harapan pasien.

Untuk dimensi jaminan (*assurance*), baru 50 persen dari keseluruhan atribut yang dapat memuaskan pasien dan terdapat dua atribut yang belum dapat memenuhi kepuasan pasien yaitu: 1) Ketrampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja, 2) Adanya jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan. Begitu pula pada dimensi empati (*emphaty*) Rumah Sakit Bersalin Setia baru dapat memenuhi kepuasan pasien sebesar 50 persen dari empat atribut yang ditawarkan. Sedangkan dua atribut yang belum dapat memuaskan pasien yaitu ketrampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja serta adanya jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan.

Berdasarkan analisis kesenjangan, secara keseluruhan dapat diketahui bahwa hanya terdapat satu dimensi yang telah memuaskan pasien yaitu kualitas pelayanan yang dilihat dari penampilan fisik (*tangibles*). Hal ini dikarenakan kinerja keseluruhan atribut yang termasuk dalam dimensi ini belum dapat memenuhi harapan pasien.

6.4 Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan

Pada penelitian ini, teknik *Importance Performance Analysis* digunakan untuk memberikan informasi kepada Rumah Sakit Bersalin Setia mengenai atribut-atribut kualitas pelayan yang menjadi prioritas perbaikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pasien melalui pemetaan yang terbagi menjadi empat kuadran. Sebagai garis pembagiannya digunakan nilai rata-rata dari skor rata-rata tingkat kinerja yaitu sebesar 3,85 dan nilai rata-rata dari tingkat kepentingan sebesar 4,07. Hasil perolehan rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat dilihat pada tabel 3.

Penjabaran atribut-atribut kualitas pelayanan dalam empat kuadran ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Rumah Sakit Bersalin Setia sehingga dapat senantiasa memberikan kepuasan kepada para pasiennya. Diagram kartesius tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Rumah Sakit Bersalin Setia dapat terlihat pada Gambar 5.4.

Berdasarkan Gambar 5.4 dapat dilihat penjabaran atribut-atribut kualitas pelayanan yang telah terbagi menjadi empat kuadran. Pembahasannya akan diurutkan mulai nilai kuadran yang mencakup atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan tingkat kinerja rendah sampai dengan atribut-

atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah dengan tingkat kinerja yang tinggi.

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran ini merupakan wilayah yang menunjukkan atribut-atribut pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat pelaksanaannya dilakukan rendah. Manajemen Rumah Sakit Bersalin Setia harus berusaha meningkatkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dengan cara melakukan perbaikan pelayanan secara berkesinambungan. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk kedalam kuadran ini antara lain:

a. Penataan *eksterior* dan *interior* ruangan

Atribut ini dinilai pasien mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Hal ini disebabkan karena pasien yang dilayani sebagian besar pasien asuransi yang mengharapkan adanya penataan *eksterior* dan *interior* ruangan yang bonafit dan nyaman. Tingkat kinerja pada atribut ini masih dipersepsikan rendah atau dibawah rata-rata. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh informasi bahwa penataan *eksterior* dan *interior* ruangan kurang menarik, bahkan untuk interior masih ada kekurangan. Dengan tingkat kinerja pada atribut yang masih rendah maka pasien belum merasa puas. Hal ini disebabkan karena penataan *eksterior* dan *interior* ruangan masih dalam tahap pengembangan dan perbaikan.

b. Kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pasien

Atribut ini mempunyai kepentingan yang tinggi dikarenakan setiap pasien membutuhkan pelayanan yang memuaskan. Hal ini disebabkan pelanggan yang

dilayani dalam kondisi sakit dan secara otomatis memerlukan perhatian yang khusus. Untuk Rumah Sakit Bersalin Setia sendiri pelaksanaannya masih tergolong rendah, tetapi pasien merasa sudah puas, hal ini dikarenakan tingkatan sosial pasien yang dirawat pada Rumah Sakit merupakan pasien dengan taraf hidup golongan menengah kebawah.

c. Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat

Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat merupakan hal yang sangat penting dikarenakan Rumah Sakit merupakan usaha yang bergerak dalam bidang kesehatan yang sangat mengutamakan kebersihan di segala bidang. Namun pada hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerjanya masih kurang. Kekurangan yang terlihat dalam atribut ini adalah kelengkapan peralatan. Dengan adanya ketidaklengkapan peralatan banyak pasien yang kurang puas karena harus menjalani rujukan ke Rumah Sakit lain yang mempunyai peralatan yang lebih lengkap.

Tingkatan kepuasan yang terdapat pada atribut ini dapat di seajarkan dengan tingkatan dari Rumah Sakit. Untuk golongan rumah sakit bersalin, Rumah Sakit Bersalin Setia tergolong mempunyai kelengkapan, kesiapan dan kebersihan yang mencukupi, walaupun ada sebagian peralatan yang masih kurang pengadaannya.

d. Prosedur pembayaran serta pengadministrasian yang tidak sulit

Atribut prosedur pembayaran serta pengadministrasian yang tidak sulit mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi di mata pasien dikarenakan dalam melakukan transaksi pasien mengharapkan dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Pada atribut ini kinerjanya masih dirasa kurang, namun sudah dapat

memberikan kepuasan kepada pasiennya. Hal ini dikarenakan Rumah Sakit Bersalin Setia mempunyai pendekatan khusus untuk menarik pasien, salah satunya dengan menerapkan prosedur pembayaran serta pengadministrasian yang tidak sulit.

e. Memberikan perhatian khusus pada tiap pasien

Memberikan perhatian khusus pada tiap pasien merupakan hal yang dirasa penting bagi tiap pasien, hal ini dikarenakan seseorang yang sedang dalam menjalani perawatan harus diperhatikan secara khusus. Perhatian secara khusus dalam rangka pengobatan ataupun dalam tahap terapi. Atribut ini mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi tetapi kinerja atribut ini masih rendah akan tetapi pasien sudah merasa puas.

f. Pengetahuan dan kemampuan dokter menetapkan diagnosis penyakit

Atribut mengenai pengetahuan dan kemampuan dokter menetapkan diagnosis penyakit mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Tingginya kepentingan atribut pengetahuan dan kemampuan dokter menetapkan diagnosis penyakit ternyata tidak sesuai dengan hasil survei yang dilakukan di Rumah Sakit Bersalin Setia.

Hasil survei menunjukkan bahwa dalam kinerjanya atribut ini masih dirasa kurang, mungkin dalam penilaian atau persepsi dari banyak pasien yang berbeda-beda. Perbedaan persepsi tentang kinerja dokter dikarenakan kesembuhan yang dirasakan pasien bervariasi, ada yang sembuh dengan proses cepat dan adapula

yang sembuh dengan proses yang agak lama. Akan tetapi dengan banyaknya persepsi yang ada dan hasil survei ternyata pasien sudah merasa puas.

g. Pemberian pelayanan terhadap pasien tanpa pilih-pilih

Alasan pemberian pelayanan terhadap semua pasien tanpa pilih-pilih mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi di mata pasien. Hal ini karena rumah sakit mempunyai fungsi sosial dimana harus senantiasa memberikan pelayanan dengan menerima pasien tanpa pandang bulu, mengingat penyakit dapat datang pada siapa saja maka pemberian layanan harus diberikan tanpa membeda-bedakan pasien.

Tingkat kinerja atribut kualitas pelayanan ini masih rendah. Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan berbagai responden pada saat dilapangan, dokter masih mendahulukan karyawan Rumah Sakit yang ingin berobat tanpa mengantri dahulu, begitu pula pada saat di apotek. Karyawan dapat langsung menukarkan resep dan memperoleh obat tanpa menunggu terlalu lama.

Kepuasan pasien telah tercapai walaupun kinerja pada atribut ini masih dinilai rendah. Hal ini dapat disebabkan harapan mereka dapat terpenuhi untuk memperoleh pengobatan dengan dokter yang telah dipercayakan pasien untuk menangani penyembuhan mereka di Rumah Sakit Bersalin Setia.

2. Kuadran B (Pertahankan)

Kuadran ini merupakan wilayah yang menunjukkan bahwa atribut-atribut kualitas pelayanan memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi atau diatas rata-rata. Pihak Rumah Sakit bersalin Setia harus dapat mempertahankan atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini karena telah memberikan

kinerja yang baik dan telah memiliki keunggulan tersendiri di mata pasien. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk kedalam kuadran ini antara lain:

a. Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit

Atribut yang memuat tentang prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit mempunyai kepentingan yang tinggi. Hal ini dikarenakan pada atribut ini sangatlah membantu pasien dalam mengenal dan mengetahui tentang alur kerja Rumah Sakit dalam menangani pasien. Atribut ini sudah dapat memuaskan pasien dikarenakan dalam pelaksanaannya karyawan melakukan tugasnya dengan baik.

b. Adanya jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan

Adanya jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang disajikan Rumah Sakit mempunyai kepentingan yang tinggi dikarenakan pasien tidak mau berobat yang membahayakan jiwanya. Dengan adanya jaminan keamanan berobat, maka akan menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap pelayanan. Kinerja karyawan medis Rumah Sakit Bersalin Setia sudah memaksimalkan kinerjanya, namun dari hasil survei pasien belum merasa puas terhadap apa yang diberikan dari atribut ini. Hal yang menyebabkan ketidakpuasan pasien dikarenakan dalam berobat pasien sudah ada sugesti pada dokter, sedangkan pada akhir-akhir ini banyak terjadi pergantian dokter. Dengan adanya pergantian dokter, maka pasien harus menyesuaikan diri dengan dokter yang baru bahkan banyak pasien yang pindah berobat ke tempat praktek dokter yang sudah pernah merawat ataupun mengobatinya. Dengan demikian secara otomatis kepercayaan pasien berkurang terhadap jasa Rumah Sakit Bersalin Setia.

c. Petugas memberikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti

Atribut ini mempunyai kepentingan yang tinggi dikarenakan informasi yang diberikan oleh karyawan sangatlah membantu pasien dalam hal apapun yang berhubungan dengan Rumah Sakit. Kinerja karyawan dalam memberikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti sudah bagus dan perlu dipertahankan, begitu juga hal ini dikuatkan hasil dari survei yang dilakukan bahwa pasien sudah puas akan hasil kinerja karyawan.

d. Kerapihan dan kebersihan penampilan (karyawan)

Kerapihan dan kebersihan penampilan (karyawan) menurut survei mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Hal ini dikarenakan kerapihan dan kebersihan penampilan (karyawan) mencerminkan kepribadian Rumah Sakit itu sendiri. Karyawan Rumah Sakit Bersalin Setia sudah melakukannya dengan baik tetapi belum dapat memuaskan pasien. Ketidakpuasan pasien dapat terjadi akibat melihat beberapa karyawan yang dirasa tidak rapih dan bersih pada saat bertugas. Dengan melihat beberapa contoh ketidak rapihan dan kebersihan penampilan, maka persepsi yang tidak baik akan timbul dari pasien terhadap karyawan Rumah Sakit Bersalin Setia.

e. Pelayanan yang sopan dan ramah

Pelayanan yang sopan dan ramah merupakan hal yang harus dilakukan dalam usaha jasa terlebih dalam usaha jasa kesehatan. Dengan demikian atribut ini mempunyai nilai kepentingan yang tinggi. Pada hasil survei ternyata pasien belum puas dengan atribut ini. Hal yang menyebabkan ketidak puasan pasien walaupun

kinerja karyawan sudah tinggi adalah adanya laporan bahwa ada beberapa karyawan medis yang kurang ramah pada pasien. Pada atribut ini perlu adanya evaluasi agar terjadi perbaikan dan kinerjanya dapat dipertahankan.

f. Tidak menunggu pelayanan lebih dari satu jam

Tidak menunggu pelayanan lebih dari satu jam mempunyai nilai kepentingan yang tinggi dikarenakan tidak ada pasien yang mau menunggu pelayanan yang lama ataupun lebih dari satu jam. Atribut ini sudah dapat memuaskan pasien, dikarenakan adanya koordinasi yang dinamis antara karyawan *non* medis dengan karyawan medis. Dengan demikian maka Rumah Sakit Bersali Setia perlu mempertahankan atribut tidak menunggu pelayanan lebih dari satu jam.

g. Tersedianya pelayanan kesehatan 24 jam

Tersedianya pelayanan kesehatan 24 jam merupakan atribut yang mempunyai nilai kepentingan yang tinggi. Hal ini disebabkan karena pada dasarnya penyakit akan timbul dan dapat menyerang kepada tiap orang tanpa mengenal waktu. Unit Gawat Darurat (UGD) yang menerima pelayanan kesehatan 24 jam dalam tiap rumah sakit keberadaannya dinilai tinggi oleh pasien.

Hasil tingkat kinerja pada atribut ini dinilai tinggi. Hal ini dapat disebabkan Rumah Sakit Bersalin Setia menyediakan dokter jaga dan mobil ambulan siap siaga 24 jam serta adanya karyawan medis perawan maupun bidan jaga. Kepuasan pasien sudah tercapai pada atribut ini sehingga Rumah Sakit Bersalin Setia perlu mempertahankan kinerja dari karyawan.

h. Penerimaan hasil pemeriksaan secara tepat dan tepat

Atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi. Hal ini dikarenakan adanya keinginan pasien untuk segera mengetahui jenis penyakit yang dideritanya dan memperoleh pengobatan untuk dapat cepat sembuh. Tingkat kinerja pada atribut ini dinilai tinggi dan telah dapat memenuhi kepuasan pasien. Hal ini disebabkan kesiagaan karyawan walaupun dengan ketersediaan alat yang ada serta adanya kerjasama yang baik antara dokter dan paramedic *non* perawatan dalam memberikan hasil pemeriksaan dengan cepat. Kinerja pada atribut ini perlu dipertahankan Rumah Sakit Bersalin Setia karena keberadaannya dapat memberikan keunggulan bersaing.

i. Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan

Atribut ini mempunyai nilai kepentingan yang tinggi dikarenakan kebersihan, kerapihan dan kenyamanan merupakan jasa yang harus dipenuhi oleh suatu Rumah Sakit. Kinerja sudah baik akan tetapi pasien belum mendapatkan kepuasan. Ketidakpuasan pasien dialami pada saat menjalani rawat inap pada ruangan baru.

Pasien rawat inap merasa kurang rapih dan nyaman di ruangan baru. Hal ini disebabkan kurangnya pengadaan barang penunjang kerapihan. Barang-barang tersebut antara lain yang dirasa kurang oleh pasien adalah:

1. Pintu kamar mandi rusak.
2. Tidak adanya tirai pembatas antara dua tempat tidur, jadi *privasi* pasien kurang terjaga.

Atribut ini perlu adanya evaluasi dan koordinasi lebih lanjut, agar kepuasan pasien dapat terpenuhi. Pasien akan semakin loyal kepada Rumah Sakit apabila kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan terjamin.

j. Pemberian pelayanan terhadap pasien secara tepat dan tanggap

Atribut pemberian pelayanan terhadap pasien secara tepat dan tanggap mempunyai nilai kepentingan yang tinggi. Hal ini disebabkan karena tujuan utama mereka berobat ke Rumah Sakit ingin segera memperoleh pengobatan secara cepat dari dokter sehingga pasien tidak ingin banyak meluangkan waktu pada proses pendaftaran. Kinerja dalam pemberian pelayanan terhadap pasien secara tepat dan tanggap sudah tinggi akan tetapi pasien belum mendapatkan kepuasan yang diharapkan. Dari hasil survei ketidakpuasan yang dialami pasien antara lain adalah petugas pendaftaran masih dinilai kurang cepat dan tanggap dalam menerima telepon.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Atribut kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan pelaksanaan yang dilakukan biasa-biasa saja bahkan dinilai cukup rendah oleh pihak perusahaan. Pengalokasian investasi dan biaya perbaikan mendapat prioritas yang rendah karena manfaatnya dirasakan kecil oleh responden namun tetap perlu diperhatikan pihak perusahaan karena tingkat kepentingan responden dapat berubah-ubah seiring meningkatnya kebutuhan dan pihak perusahaan harus tetap waspada, cermat terhadap atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang

termasuk dalam kuadran ini adalah tindakan yang cepat dan tepat terhadap pemeriksaan, pengobatan dan perawatan.

Tingkat kepentingan dari atribut ini dinilai cukup penting bagi pasien, hal ini dikarenakan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap pemeriksaan, pengobatan dan perawatan sangat perlu di tingkatkan pada Rumah Sakit. Hasil survei juga menunjukkan bahwa kinerja dari karyawan masih biasa-biasa, oleh karena itu perlu adanya peningkatan dalam atribut ini. Akan tetapi pasien sudah merasa puas dengan apa yang sudah diberikan oleh Rumah Sakit Bersalin Setia mengenai tindakan yang cepat dan tepat terhadap pemeriksaan, pengobatan dan perawatan.

4. Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran ini merupakan wilayah yang menunjukkan bahwa atribut-atribut kualitas pelayanan memiliki tingkat kepentingan rendah namun pelaksanaannya dinilai tinggi oleh pasien. Terdapat dua langkah yang dapat dilakukan Rumah Sakit Bersalin Setia, yaitu :

1. Mengurangi dan mengalokasikan biaya dan investasi ke atribut-atribut yang membutuhkan perbaikan.
2. Tetap mempertahankan kinerja atribut yang termasuk dalam kuadran ini karena justru perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing.

Atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran ini antara lain:

- a. Ketrampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja

Atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah. Hal ini dapat disebabkan telah terciptanya loyalitas pasien terhadap dokter yang dipercaya dapat membantu

mengobati penyakit sehingga walaupun kinerja dari atribut ini tinggi yang terpenting adalah mereka dapat berobat ke dokter mereka. Dari hasil survei ternyata kepuasan pasien belum terpenuhi hal ini mungkin berasal dari karyawan *non* medis yang masih kurang terampil dalam bekerja. Pada atribut ini Rumah Sakit Bersalin Setia harus banyak evaluasi tentang kinerja karyawan, agar dapat ditingkatkan kembali.

- b. Pemeriksaan laboratorium, kunjungan dokter dan perawatan dijalankan dengan tepat

Pasien menilai atribut ini memiliki kepentingan rendah yang disebabkan karena adanya loyalitas dan sugesti pasien terhadap dokter yang dirasa dapat menyembuhkannya. Walaupun jadwal pemeriksaan laboratorium, kunjungan dokter dan perawatan dijalankan dengan tepat oleh Rumah Sakit Bersalin Setia yang terpenting adalah mereka dapat konsultasi dan berobat pada dokter mereka.

Tingkat kinerjanya tinggi dan sudah memenuhi kepuasan pasien. Hal ini disebabkan sudah merupakan suatu hal mutlak bagi Rumah Sakit memberikan jadwal mulai dari pemeriksaan laboratorium, kunjungan dokter dan memberikan perawatan dengan tepat sehingga mampu memberikan ketepatan pengobatan bagi pasiennya.

- c. Dokter dan perawat memberikan memberikan reaksi cepat dan tanggap terhadap keluhan pasien

Atribut ini mempunyai nilai yang rendah pada saat dilakukan survei. Hal ini bisa disebabkan karena pengadaan peralatan yang lamban, sehingga walaupun dokter

ataupun perawat memberikan reaksi cepat dan tanggap terhadap keluhan pasien akan tetapi untuk realisasinya apabila dalam hal medis pasien tetap saja dirujuk. Sedangkan untuk hal non medis pengadaannya dirasa terlalu lama banyak prosedur yang dilalui bahkan kadang tidak terealisasi. Hal ini yang menyebabkan atribut ini mempunyai kepentingan rendah walaupun untuk kinerja dari atribut ini tinggi. Kepuasan pasien pada atribut ini sudah terpenuhi, namun untuk Rumah Sakit Bersalin Setia harus melakukan peninjauan mengenai realita yang ada pada perusahaannya.

d. Kesiagaan petugas kesehatan untuk membantu pasien

Atribut ini mempunyai nilai yang rendah, hal ini dipengaruhi oleh faktor pendukung dari petugas kesehatan dalam membantu pasien. Kinerja dari atribut ini berdasarkan hasil survei tinggi dan Rumah Sakit Bersalin Setia perlu mempertahankan atribut ini. Kepuasan pasien sudah telah tercapai, hal ini dikarenakan terpenuhinya harapan pasien untuk berobat kepada dokter yang telah dipercayakan mereka dan pengobatan dapat memberikan hasil yang tepat.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 120 pasien yang ada pada saat dilakukannya penelitian di Rumah Sakit Bersalin Setia 64,2 persen responden didominasi oleh wanita bertempat tinggal di daerah Cikarang. Persentasi tertinggi responden adalah ibu-ibu rumah tangga dan menjalani pemeriksaan kandungan, umum serta anak.

Berdasarkan hasil uji *Mann Whitney* pada tabel 6 dan dengan melihat P_{value} pada *output* SPSS sebagai dasar pengambilan keputusan hipotesis mengindikasikan bahwa kedua sampel memang nyata berasal dari populasi yang sama sehingga memiliki nilai sampel yang relatif sama, yang berarti nilai sampel menyebar secara normal sehingga kepuasan pelanggan dapat diketahui. Hasil perolehan *median* pada tingkat kinerja memberikan gambaran kondisi pelayanan yang telah diberikan Rumah Sakit Bersalin Setia pada saat diadakannya penelitian. Analisa kepuasan pasien dengan menggunakan nilai *median* menghasilkan 13 atau 77 persen atribut kualitas pelayanan Rumah Sakit Bersalin Setia telah berhasil memberikan kepuasan kepada pasien.

Berdasarkan *importance performance mapping* dihasilkan tujuh atribut yang mempunyai tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya masih rendah, yaitu: penataan *eksterior* dan *interior* ruangan; kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan

pasien; kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat; prosedur pembayaran serta pengadministrasian yang tidak sulit; memberikan perhatian khusus pada tiap pasien dan pengetahuan; kemampuan dokter menetapkan diagnosis penyakit dan pemberian pelayanan terhadap pasien tanpa pilih-pilih. Terdapat sepuluh atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja tinggi, yaitu: prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit; adanya jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan; petugas memberikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti; kerapihan dan kebersihan penampilan (karyawan); pelayanan yang sopan dan ramah; tidak menunggu pelayanan lebih dari satu jam; tersedianya pelayanan kesehatan 24 jam; penerimaan hasil pemeriksaan secara tepat dan tepat; kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan dan pemberian pelayanan terhadap pasien secara tepat dan tanggap

Terdapat satu atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja rendah yaitu tindakan yang cepat dan tepat terhadap pemeriksaan, pengobatan dan perawatan. Sisanya diperoleh empat atribut yang mempunyai tingkat kepentingan rendah namun kinerjanya tinggi, yaitu: ketrampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja; pemeriksaan laboratorium, kunjungan dokter dan perawatan dijalankan dengan tepat; dokter dan perawat memberikan memberikan reaksi cepat dan tanggap terhadap keluhan pasien; kesiagaan petugas kesehatan untuk membantu pasien.

7.2 Saran

Menyusun strategi perbaikan kualitas pelayanan di Rumah Sakit Bersalin Setia untuk dapat meningkatkan kepuasan pasien. Strategi yang dilakukan antara lain:

1. Melakukan evaluasi semua atribut yang ada di Rumah Sakit Bersalin Setia.
2. Mengadakan pelatihan kepada karyawan medis dan *non* medis. Pelatihan yang dilakukan antara lain kualitas pelayanan untuk semua karyawan dan untuk karyawan medis diadakan pelatihan yang menyangkut bidang medis.
3. Melakukan evaluasi dan memperbaiki sistem pengadaan barang, agar proses permintaan barang dapat segera di realisasi tanpa menunggu lama.

Selain menyusun strategi perbaikan kualitas pelayanan, Rumah Sakit Bersalin Setia juga harus bisa menerapkan sistem CRM untuk kegiatan pemasaran dengan. Kegiatan pemasaran yang dilakukan meliputi: 1) pemasaran *eksternal*, 2) pemasaran *internal*, 3) pemasaran interaktif.

1. Pemasaran *eksternal*

Pemasaran *eksternal* dilakukan oleh divisi marketing dengan cara melakukan memperkenalkan produk yang ada di Rumah Sakit Bersalin Setia. Cara-cara yang dilakukan divisi marketing antara lain:

- a. Mengadakan presentasi di PT yang sudah menjadi target. Presentasi yang dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk serta gambaran kondisi Rumah Sakit. Dengan adanya pengenalan produk dan gambaran kondisi Rumah Sakit diharapkan dapat menarik minat dari target untuk mengadakan kerjasama.

- b. Melakukan kerjasama dengan institusi-institusi kesehatan yang ada di masyarakat. Kerjasama ini dilakukan untuk jangka waktu kedepan.
- c. Melakukan promosi menggunakan media internet (pembuatan website), *booklet*, brosur-brosur yang disebarakan di daerah sekitar.

2. Pemasaran *internal*

Pemasaran *internal* yang dilakukan Rumah Sakit Bersalin Setia seharusnya dapat dilakukan oleh keseluruhan karyawan yang ada. Untuk menunjang kegiatan tersebut pihak manajemen Rumah Sakit Bersalin Setia juga harus mendorong dan memfasilitasi seluruh staf dalam membangun dan mengembangkan potensi mereka. Dengan adanya dorongan dari divisi manajemen, karyawan diharapkan dapat menerima tantangan-tantangan dan berupaya untuk terus meningkatkan efisiensi dan kinerja professional dalam melaksanakan tanggungjawab pelayanan yang memuaskan.

3. Pemasaran interaktif

Pemasaran interaktif menggambarkan keterampilan karyawan perusahaan dalam melayani pelanggan mereka dalam upaya memasarkan perusahaan jasa tempat mereka bekerja. Rumah Sakit Bersalin Setia dalam memasarkan perusahaan kepada pelanggan dapat dilihat dari cara berbicara, cara bertindak dan gaya penampilan karyawan. Program-program yang dapat mendukung pemasaran interaktif antara lain:

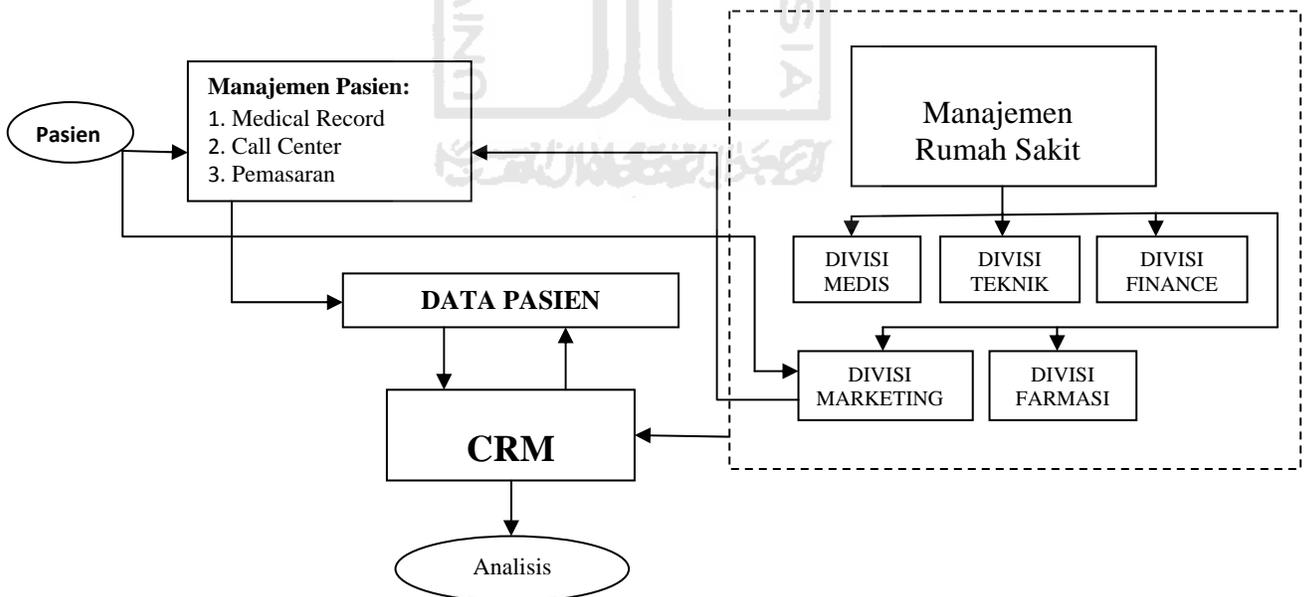
a. Diadakannya bulan senyum

Dengan diadakannya program bulan senyum , maka diharapkan dapat menarik simpatik pelanggan mengenai keramah-tamahan karyawan Rumah Sakit Bersalin Setia.

b. Diadakannya bulan penampilan

Program bulan penampilan diadakan untuk mengurangi rasa jenuh karyawan dan pelanggan. Dengan adanya program ini, maka diharapkan dapat menambah daya tarik pelanggan untuk melakukan pengobatan di Rumah Sakit Bersalin Setia.

Untuk lebih jelas system CRM Rumah Sakit Bersalin Setia dapat dilihat pada Gambar 7 dibawah ini.



Gambar 7. Sitem CRM Rumah Sakit Bersalin Setia

Keterangan Gambar 7:

1. Fungsi dari manajemen pasien:
 - a. Media penyampaian data seputar pasien.
 - b. Media informasi Rumah Sakit dan dokter.
 - c. Media penyampaian keluhan, saran dan kritik.
2. Fungsi manajemen Rumah Sakit:
 - a. Operational control. Memantau kegiatan hubungan antara manajemen dengan pasien *real time*.
 - b. Divisi medis. Mengontrol kondisi *real time* yang terjadi di klinik serta *monitoring* departemen yang lain.
 - c. Divisi teknik. Mengontrol operasional divisi teknik secara *real time*.
 - d. Divisi farmasi. Mengontrol obat-obatan secara *real time* serta melakukan pemesanan.
 - e. Divisi finance. Melakukan interaksi dengan sistem CRM yaitu memberikan informasi ekonomi Rumah Sakit mengenai pendapatan dan pengeluaran.
3. Analisis
 - a. Menganalisis jumlah pasien dan karakteristiknya, serta memperkirakan jumlah pasien untuk minggu berikutnya dan bulan berikutnya. Dengan Rumah Sakit dapat menstabilkan kondisi pada saat itu.
 - b. Analisis medis dan instalasi teknik. Menganalisa kinerja karyawan medis dan *non* medis, mengamati kekurangan dan memberikan solusi untuk menanganinya.

Indikator keberhasilan dari setrategi perbaikan kualitas pelayanan dan realisasi sistem CRM adalah sebagai berikut:

- a. Indikator keberhasilan dari setrategi kualitas pelayanan yang di terapkan adalah terciptanya kualitas pelayanan yang lebih baik, sehingga pelanggan akan mendapatkan kepuasan. Selain itu dapat meningkatnya kinerja karyawan secara maksimal dan professional.
- b. Indikator keberhasilan dari penerapan CRM pada Rumah Sakit Bersalin Setia adalah terjadi peningkatan pelanggan, selain itu semakin banyaknya asuransi dan PT yang melakukan kerja sama dengan Rumah Sakit Bersalin Setia.



DAFTAR PUSTAKA

- AMACOM Books. 1993. (http://www.eurojournals.com/ejsr_33_3_03.pdf).
- Azwar, Azrul, 1996, Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Banytè, Juratè., Jokšaitè, Eglè., Virvilaitè, Regina, 2007, “*Relationship of Consumer Attitude and Brand: Emotional Aspect, Engineering Economics*, No. 2”.
- Depkes RI. 2003. Daftar Rumah Sakit di Indonesia. Direktorat Pelayanan Medik Indonesia. Jakarta.
- Dyche. Jill. 2002. *The CRM Handbook: A Business Guide to Customer Relationship Management*. Boston: Addison-Wesley.
- Glenn, H. Mazur. Gibson, J. Bruce, H. 1995. *QFD Aplication in Health Care and Quality of Work Life*. March 23-24. (<http://www.free.e-book.com/qfd.pdf>).
- Guinta, L. R. and Praizler, N. C. *The QFD Book, The Team Approach to Solving*.
- Gronroos, C. 1998. *Marketing Services: The Case of Missing a Product*. *Journal of Bussines and Industrial Marketing*. 13(4/5):332-338.
- Imper, J dan B. Toffler. 2002. Kamus Istilah Pemasaran. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Kotler. P. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesepuluh. PT. prenhalindo. Jakarta.

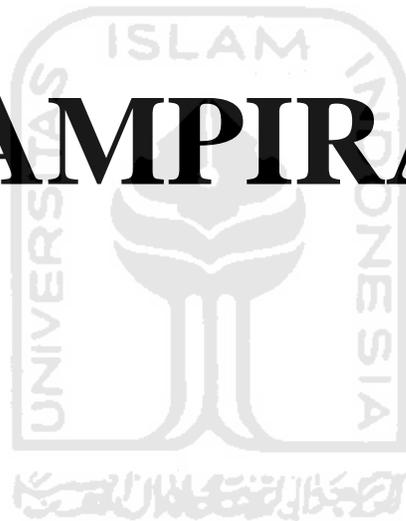
- Lovelock. C. and L. Wright.1999. *Principles of Services Marketing and Management*.
Second Editiont. Pearson Education. Inc. Upper Sadlle River. New Jersey.
- Mirabella. Jim, 2006. *Hyphotesis Testing With SPSS. June 2006*.
[http://www.drjimirabella.com/ebook/excerpt%20from%20Hypothesis%20Testing%20with%20SPSS%20ebook%20\(Jim%20Mirabella\).pdf](http://www.drjimirabella.com/ebook/excerpt%20from%20Hypothesis%20Testing%20with%20SPSS%20ebook%20(Jim%20Mirabella).pdf).
- Mowen, John C., 1993, "*Consumer Behaviour, 3rd ed*", MacMillan Publishing, New York.
- Nyoman, N. 2000, " Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit di Provinsi Bali, Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Santoso, S. 2000. Buku Latihan SPSS Statistik Parametik. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Simamora, B. 2001. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan profitable. PT. Gramedia pustaka. Jakarta.
- Sugiyono. 1999. Metode Penelitian Bisnis. CV. Alfabeta. Bandung.
- Suryawati, Chriswardani., Dharminto., Shaluhiyah, Zahroh. 2006, "Penyusunan indikator Kepuasan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit di Provinsi Jawa Tengah", Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan, No. 04, Vol. 9.
- Susanto, Sandra dan Nandiwardhana, Abraham, 2005, "Analisis Kesenjangan Dimensi Kualitas Layanan Berdasarkan Persepsi Manajemen dan Persepsi Pasien Pada Unit Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Abdul Aziz Singkawang Kalimantan Barat", Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi, Vol. 5, No. 1.

Tjiptono, F. 1996. *Manajemen Jasa*. Edisi kedua. Andi. Yogyakarta.

Zeithaml, V.A., A. Parasuraman, and L.L. Berry 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press. New York.



LAMPIRAN



Correlations keandalan tingkat kepentingan

| | | item X ke1 | item X ke2 | item X ke3 | item X ke4 | item X ke5 | total X |
|------------|---------------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------|
| item X ke1 | Pearson Correlation | 1 | .682 | .770 | .741 | .683 | .654 |
| | Sig. (2-tailed) | . | .007 | .001 | .002 | .007 | .011 |
| | N | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| item X ke2 | Pearson Correlation | .682 | 1 | .717 | .836 | .721 | .389 |
| | Sig. (2-tailed) | .007 | . | .004 | .000 | .004 | .169 |
| | N | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| item X ke3 | Pearson Correlation | .770 | .717 | 1 | .757 | .686 | .615 |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .004 | . | .002 | .007 | .019 |
| | N | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| item X ke4 | Pearson Correlation | .741 | .836 | .757 | 1 | .465 | .662 |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | .000 | .002 | . | .094 | .010 |
| | N | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| item X ke5 | Pearson Correlation | .683 | .721 | .686 | .465 | 1 | .353 |
| | Sig. (2-tailed) | .007 | .004 | .007 | .094 | . | .215 |
| | N | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| total X | Pearson Correlation | .654 | .389 | .615 | .662 | .353 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .011 | .169 | .019 | .010 | .215 | . |
| | N | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Keterangan:

- a.** item X ke 1= Pemberian pelayanan terhadap pasien secara cepat dan tanggap.
Item X ke 2= Prosedur pengadministrasian serta pembayaran yang tidak sulit.

⇒ **Strategi Perbaikan Kualitas Pelayanan RSB SETIA**

Strategi perbaikan kualitas pelayanan di Rumah Sakit Bersalin Setia merupakan strategi yang dipakai untuk dapat meningkatkan kepuasan pasien. Strategi yang dilakukan antara lain:

4. Melakukan evaluasi semua atribut yang ada di Rumah Sakit Bersalin Setia.
5. Mengadakan pelatihan kepada karyawan medis dan *non* medis. Pelatihan yang dilakukan antara lain kualitas pelayanan untuk semua karyawan dan untuk karyawan medis diadakan pelatihan yang menyangkut bidang medis.

⇒ **Realisasi sistem CRM RSB SETIA**

Realisasi CRM yang dilakukan Rumah Sakit Bersalin Setia dengan melakukan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran yang dilakukan meliputi: 1) pemasaran *eksternal*, 2) pemasaran *internal*, 3) pemasaran interaktif. Kegiatan pemasaran yang dilakukan Rumah Sakit Bersalin Setia merupakan salah satu metode yang digunakan sebagai alat untuk melakukan hubungan dengan pasien, serta memperkenalkan produk yang ada dan tersedia di Rumah Sakit Bersalin Setia.

4. Pemasaran *eksternal*

Pemasaran *eksternal* dilakukan oleh divisi marketing dengan cara melakukan memperkenalkan produk yang ada di Rumah Sakit Bersalin Setia. Cara-cara yang dilakukan divisi marketing antara lain:

- d. Mengadakan presentasi di PT yang sudah menjadi target. Presentasi yang dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk serta gambaran kondisi Rumah Sakit. Dengan adanya pengenalan produk dan gambaran kondisi Rumah Sakit diharapkan dapat menarik minat dari target untuk mengadakan kerjasama.
- e. Melakukan kerjasama dengan institusi-institusi kesehatan yang ada di masyarakat. Kerjasama ini dilakukan untuk jangka waktu kedepan.
- f. Melakukan promosi menggunakan media internet (pembuatan website), *booklet*, brosur-brosur yang disebar di daerah sekitar.

5. Pemasaran *internal*

Pemasaran *internal* yang dilakukan Rumah Sakit Bersalin Setia seharusnya dapat dilakukan oleh keseluruhan karyawan yang ada. Untuk menunjang kegiatan tersebut pihak manajemen Rumah Sakit Bersalin Setia juga harus mendorong dan memfasilitasi seluruh staf dalam membangun dan mengembangkan potensi mereka. Dengan adanya dorongan dari divisi manajemen, karyawan diharapkan dapat menerima tantangan-tantangan dan berupaya untuk terus meningkatkan efisiensi dan kinerja professional dalam melaksanakan tanggungjawab pelayanan yang memuaskan.

6. Pemasaran interaktif

Pemasaran interaktif menggambarkan keterampilan karyawan perusahaan dalam melayani pelanggan mereka dalam upaya memasarkan perusahaan jasa tempat mereka bekerja. Rumah Sakit Bersalin Setia dalam memasarkan perusahaan

kepada pelanggan dapat dilihat dari cara berbicara, cara bertindak dan gaya penampilan karyawan. Usaha yang dilakukan Rumah Sakit Bersalin Setia untuk melakukan pemasaran interaktif sebaiknya dengan mengadakan serangkaian program dalam upaya memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggan. Program-program yang dapat mendukung pemasaran interaktif antara lain:

c. Diadakannya bulan senyum

Dengan diadakannya program bulan senyum, maka diharapkan dapat menarik simpatik pelanggan mengenai keramah-tamahan karyawan Rumah Sakit Bersalin Setia. Hal itu dapat menjadi nilai lebih bagi Rumah Sakit dan dapat menambah loyalitas pelanggan.

d. Diadakannya bulan penampilan

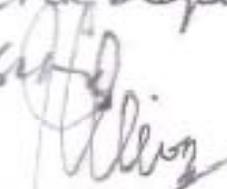
Program bulan penampilan diadakan untuk mengurangi rasa jenuh karyawan dan pelanggan. Dengan adanya program ini, maka diharapkan dapat menambah daya tarik pelanggan untuk melakukan pengobatan di Rumah Sakit Bersalin Setia.

Tanggapan Mengenai Usulan Setrategi Perbaikan Kualitas Pelayanan
dan
Realisasi sistem CRM RSB SETIA

Sebagaimana telah yg sudah diutarakan untuk meningkatkan
pelayanan dan kemugian di RSB Setia
beberapa usulan mengenai sds & laka-
sistem di jelaskan oleh RSB Setia.

Usulan mengenai perbaikan
internal dan pemantauan mutu yg
sangatlah baik dan perlu kami
akan kami tindak lanjuti, karena
kegiatan yg akan di laksanakan
& insakan yang oleh klien/pelanggan
di RSB Setia.

Kami juga masih menerima usulan
lain yg lebih baik untuk dapat
di tempatkan di RSB Setia.


dr. FAUZI ANDWINATA
Dokter Umum