

**PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP JASA PELAYANAN KESEHATAN**
(Menggunakan Metoda Performance Importance
Analysis Di Unit Rawat Inap Rumah Sakit Umum Sumedang)

PRIMA NAOMI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami permasalahan mengenai tingkat harapan pelanggan atas kualitas pelayanan kesehatan sekaligus melakukan pengukuran kepuasan pelanggan atas pelayanan kesehatan di unit rawat inap, dengan demikian dapat diidentifikasi variabel pelayanan kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen serta variabel-variabel yang memerlukan perbaikan.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap/keluarga di unit rawat inap Rumah Sakit Umum Sumedang. Metoda Analisis yang digunakan adalah Importance-Performance Analysis. Dengan menggunakan analisis tersebut diketahui bahwa faktor yang pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen berjumlah sebelas faktor yaitu : X2, X4, X6, X9, X10, X15, X16, X22, X23, X24 dan X30, sedangkan faktor-faktor pelayanan kesehatan yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki adalah faktor X1, X13, X14, X18, X19, X21, X27 dan X28.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, jasa pelayanan kesehatan, performance importance analysis

I. Pendahuluan

Pemerintah Indonesia, khususnya Departemen Kesehatan RI, telah mulai menerapkan berbagai kebijaksanaan yang bertujuan meningkatkan pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Salah satu kebijakan tersebut adalah menetapkan adanya Rumah Sakit Unit Swadana. Status Rumah Sakit Unit Swadana menuntut dan memacu manajemen rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanan

kesehatan secara terus-menerus kepada masyarakat dengan biaya yang kompetitif agar memperoleh dana untuk dikembangkan terus guna meningkatkan profesionalisme rumah sakit dan karyawan. Tujuan akhir dari profesionalisme rumah sakit dan karyawan adalah adanya kepuasan pelanggan atas pelayanan kesehatan di rumah sakit. Untuk bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan,

pihak rumah sakit perlu meningkatkan kualitas pelayanannya.

Menelaah masalah kualitas pelayanan terutama pelayanan kesehatan di rumah sakit tidaklah mudah karena disatu sisi mempunyai tanggung jawab sosial dengan memberikan pelayanan kesehatan secara manusiawi, tetapi di sisi lain juga harus memperhatikan prinsip-prinsip ekonomi menyangkut penyelenggaraan rumah sakit yang memerlukan biaya investasi, operasional dan pemeliharaan yang begitu besar.

Terlebih lagi pada era globalisasi, dimana perubahan-perubahan berlangsung cepat, pendidikan masyarakat semakin tinggi, sehingga kebutuhan, keinginan serta tuntutan masyarakat sebagai pelanggan rumah sakit juga semakin kompleks. Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi rumah sakit harus melakukan empat hal sebagai berikut : *Pertama*, mengidentifikasi siapa pelanggannya. *Kedua*, memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas. *Ketiga*, memahami strategi kualitas layanan pelanggan. Dan *keempat*, memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan (Fandy Tjiptono, 1997).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami permasalahan mengenai tingkat harapan pelanggan atas kualitas pelayanan kesehatan sekaligus melakukan pengukuran kepuasan pelanggan atas pelayanan kesehatan di unit rawat inap, dan pada akhirnya membantu menyusun strategi peningkatan

pelayanan yang efektif dan efisien pada unit rawat inap RSUD Sumedang.

II. Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan yang ingin dicapai, diantaranya :

1. Mengidentifikasi variabel-variabel dan atribut-atribut pelayanan kesehatan untuk unit rawat inap di rumah sakit.
2. Menilai tingkat harapan/kepentingan pada atribut-atribut yang mempengaruhi pasien dalam memilih sebuah rumah sakit.
3. Menilai persepsi pasien terhadap kinerja atribut-atribut pelayanan di RSUD Sumedang.
4. Memposisikan prioritas atribut-atribut penelitian pada suatu diagram kartesius.
5. Menilai target tingkat pelaksanaan misi kinerja yang dianggap penting oleh pasien R.S.U. Sumedang.

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pihak RSUD Sumedang dalam evaluasi kinerja dan penyusunan strategi peningkatan pelayanan yang efektif dan efisien pada unit rawat inap.

III. Tinjauan Pustaka

a. Kepuasan Pelanggan

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah produk yang

berkualitas, maka kepuasan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Kalau *value* bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Kalau *value* dari pelanggan adalah harga murah, maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif (Handi Irawan, 2002).

Satisfaction adalah kata dari bahasa latin, yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup, dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi, produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup.

Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Salah satu definisi menyatakan bahwa kepuasan sebagai persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Karena itu, pelanggan tidak akan puas, apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan.

Dari hal ini terlihat bahwa yang penting adalah persepsi dan bukan aktual. Jadi, bisa terjadi bahwa secara aktual, suatu produk mempunyai potensi untuk memenuhi harapan pelanggan, tetapi ternyata hasil dari persepsi pe-

langgan tidak sama dengan yang diinginkan oleh produsen. Ini bisa terjadi karena adanya gap dalam komunikasi.

Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada harapan pelanggan. Oleh karena itu, strategi kepuasan pelanggan haruslah didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan. Harapan pelanggan kadang dapat dikontrol oleh perusahaan. Yang lebih sering, produsen tidak mampu mengontrol harapan mereka. Inilah yang membuat kepuasan pelanggan menjadi dinamis.

Yang perlu dicatat, kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula, kepuasan pelanggan mempunyai dimensi waktu karena hasil dari akumulasi. Karena itu, siapapun yang terlibat dalam urusan kepuasan pelanggan, ia telah melibatkan diri dalam urusan jangka panjang. Upaya memuaskan pelanggan adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir.

b. *Jasa, Karakteristik Jasa*

Beberapa definisi tentang jasa adalah sebagai berikut :

- Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan kepemilikan se-

suatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Philip Kotler, 1994)

- Jasa adalah suatu paket terintegrasi (*service package*) yang terdiri dari jasa eksplisit dan implisit yang diberikan dalam atau dengan fasilitas pendukung dan menggunakan barang-barang pembantu. John A. Fitzsimmon (1982).

Dengan demikian jasa merupakan suatu paket tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak yang lain, di mana sifatnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan hak milik sesuatu, serta terdiri dari empat elemen dasar yaitu, fasilitas pendukung, barang-barang pembantu, jasa eksplisit dan jasa implisit.

Menurut Berry, *Parasuraman* dan *Zeithaml* (1990), produk jasa memiliki tiga karakteristik yang membedakannya dengan produk barang. Tiga karakteristik produk jasa tersebut adalah :

- *Intangible* (*tak nyata*), artinya jasa tidak berbentuk, namun dapat dirasakan keberadaannya oleh konsumen melalui suatu proses pelayanan yang dibuat oleh penyedia jasa (produsen).
- *Heterogeneous* (*heterogen*), artinya proses pelayanan yang dimilikinya bervariasi dari produsen ke produsen, dari konsumen ke konsumen dan dari waktu ke waktu. *Inseparable* (*tak terpisahkan*), karena unsur produksi dan konsumsi dalam produk jasa tidak terpisahkan,

bahkan kualitas dalam pelayanan sering muncul pada saat pelayanan diberikan.

Philip Kotler (1994), menambahkan satu dimensi yaitu : *Perishability* (*Ketidak laamaan*), artinya produk jasa bukanlah sesuatu yang bisa disimpan seperti produk manufaktur, produk jasa diproduksi dan dikonsumsi untuk saat itu juga.

c. Kualitas Jasa

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (*Parasuraman*, et al., 1985). Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

d. Dimensi Kualitas Jasa

Menurut Berry, Parasuraman dan Zeithaml (1990) kualitas jasa memiliki sepuluh dimensi dasar. Jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan (*perceived service*) memiliki

dimensi yang sama. Dimensi ini dinilai sewaktu pelanggan diminta untuk menyatakan *expected* dan *perceived service* yang diterimanya. Dimensi kualitas jasa dan definisinya dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1. Dimensi dan Definisi Sepuluh Kualitas Jasa

Dimensi	Definisi
Tangibles	Yaitu bukti fisik dari jasa, baik berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa.
Reliability	Yaitu mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama.
Responsiveness	Yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
Competence	Artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
Courtesy	Meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para contact personnel.
Credibility	Yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
Security	Yaitu aman dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan finansial dan kerahasiaan
Access	Meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
Communication	Artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
Understanding the customer	Yaitu usaha untuk memahami pelanggan.

Setelah melakukan berbagai pengujian, Berry et. Al, mengkristalkan kesepuluh dimensi kualitas jasa tersebut ke dalam 5 dimensi utama yang kemudian disebutnya dimensi servqual.

Kelima dimensi inilah yang menjadi acuan dalam menilai kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa. Di dalamnya terkandung sepuluh dimensi dasar dari kualitas. Lihat tabel 2.

Tabel 2. Dimensi Kualitas Jasa Servqual dan Penyusunnya.

Original 10 Dimensions for evaluating service quality	SERQUAL DIMENSIONS				
	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
Tangibles					
Reliability					
Responsiveness					
Competence Courtesy Security					
Access Communication Understanding the customers					

Dalam kualitas pelayanan kesehatan dapat diidentifikasi faktor-faktor/atribut-atribut yang mempengaruhi pasien dalam memilih sebuah rumah sakit, seperti diuraikan pada tabel 3.

Tabel 3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pasien dalam Memilih Sebuah Rumah Sakit

No	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pasien dalam Memilih Sebuah Rumah Sakit
A.	RELIABILITY
1.	Prosedur penerimaan pasien yang cepat dan tepat.
2.	Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat.
3.	Jadwal pelayanan rumah sakit dijalankan dengan tepat (visit/kunjungan dokter, perawatan, istirahat).
4.	Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit
B.	RESPONSIVENESS
1.	Kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien.
2.	Petugas memberikan informasi yang jelas, mudah dimengerti.
3.	Tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan.
C.	ASSURANCE
1.	Pengetahuan dan kemampuan para dokter menetapkan diagnosis penyakit.
2.	Keterampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja.
3.	Pelayanan yang sopan dan ramah.
4.	Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan.
D.	EMPHATY
1.	Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien.
2.	Perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya.
3.	Pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status sosial dan lain-lain.
E.	TANGIBLES
1.	Kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan.
2.	Penataan eksterior dan interior ruangan.
3.	Kelengkapan, kesiapan, dan kebersihan alat-alat yang dipakai.
4.	Kerapihan dan kebersihan penampilan petugas (karyawan).

Sumber : J. Supranto, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, 2001 : 270

III. Metode

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif-kuantitatif. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan/pasien

terhadap kinerja perusahaan digunakan *Importance-Performance Analysis* atau *Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan*.

Dalam hal ini digunakan skala 6 tingkat (Likert) yang terdiri dari :

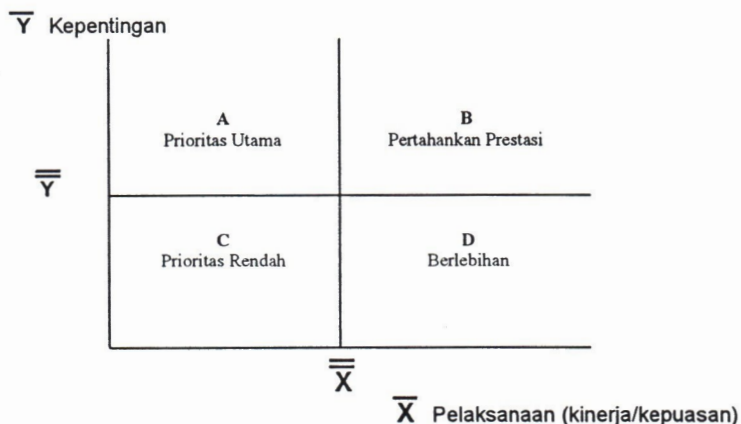
KRITERIA KINERJA	KRITERIA HARAPAN	SKOR
Sangat baik	Sangat penting	6
Baik	Penting	5
Cukup baik	Cukup penting	4
Agak kurang baik	Agak kurang penting	3
Kurang baik	Kurang penting	2
Tidak baik	Tidak penting	1

Pemberian skor untuk masing-masing jawaban kinerja perusahaan dan harapan konsumen bertujuan untuk mempermudah pengolahan data.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat harapan/kepentingan dan hasil penilaian kinerja/penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai nilai rata-rata dan rata-rata dari rata.

Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, di mana X merupakan *tingkat kinerja perusahaan*, sedangkan Y merupakan *tingkat kepentingan pelanggan*.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y), di mana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan penumpang seluruh faktor atau atribut, dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan. Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius seperti pada gambar 1:



Gambar 1. Diagram Kartesius

Keterangan :

A. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan.

Sehingga mengecewakan/tidak puas.

B. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

- C. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaan oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- D. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

1. Alat Pengumpulan Data dan Responden

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner yang memuat variabel-variabel kualitas pelayanan seperti yang tertulis di atas sebagai bahan pertanyaan, kemudian kuesioner tersebut kita bagikan kepada responden.

Responden dalam penelitian ini ialah beberapa pasien pengguna jasa pelayanan kesehatan unit rawat inap R.S.U. Sumedang. Jumlah kuesioner yang disebar 100 buah, jumlah kuesioner yang dikembalikan 90 buah dan jumlah kuesioner yang sah 86 buah. Berdasarkan hasil uji kecukupan data dengan menggunakan rumus Bernoulli, data tersebut melebihi besar sample minimum, dengan demikian jumlah data cukup.

2. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini jenis validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (*Construct validity*) dengan menggunakan angka korelasi produk moment (r). Dari hasil uji validitas, dengan taraf

signifikasi 5% didapatkan nilai r di bawah nilai kritis 0.340 untuk 7 pertanyaan yang ada pada kuesioner, berarti 7 pertanyaan tersebut tidak valid dan untuk pengolahan data selanjutnya tidak diikuti sertakan lagi. Dengan demikian sisa pertanyaan yang lain (25 pertanyaan) valid atau terdapat konsistensi internal dalam pertanyaan-pertanyaan tersebut. Hal ini berarti pertanyaan-pertanyaan tersebut mengukur aspek yang sama.

Karena kuesioner yang digunakan bukan kuesioner yang baku, maka perlu diuji reliabilitasnya (keandalannya). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach*, dengan koefisien keandalan alat ukur yang disebut *alpha cronbach*. Menurut Kaplan dan Saccuzzo (1993) besarnya koefisien reliabilitas minimal yang harus dipenuhi oleh suatu alat ukur 0,7. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, didapatkan semua nilai koefisien *alpha cronbach* di atas 0,7, dengan demikian alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini memiliki keandalan yang baik.

IV. Hasil Penelitian

1. Dalam penelitian ini variabel-variabel penelitian diidentifikasi menjadi dua kelompok, yaitu :

- Kelompok variabel tingkat kinerja R.S.U. Sumedang; dan
- Kelompok variabel tingkat harapan responden.

Variabel yang lolos uji validitas dan reliabilitas tersebut diidentifikasi ke dalam lima kelompok

dimensi pelayanan kesehatan, yaitu :

a. *Dimensi pelayanan keandalan yang dibentuk oleh beberapa atribut, yaitu :*

- Prosedur penerimaan pasien yang cepat dan tepat (= X1).
- Pelayanan pemeriksaan yang cepat dan tepat (= X2).
- Pelayanan perawatan yang cepat dan tepat (= X4).
- Ketepatan jadwal pelayanan kunjungan perawat (= X6).
- Ketepatan jadwal istirahat (= X7).

b. *Dimensi pelayanan koresponsifan yang dibentuk oleh beberapa atribut, yaitu :*

- Kemampuan dokter untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pasien (= X9).
- Kemampuan perawat untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pasien (= X10).
- Pemberian informasi yang jelas dan mudah dimengerti (= X11).
- Tindakan yang cepat dari perawat pada saat pasien membutuhkan (= X13).

c. *Dimensi pelayanan keyakinan yang dibentuk oleh beberapa atribut, yaitu :*

- Pengetahuan dan kemampuan para dokter dalam menetapkan diagnosis penyakit (= X14).
- Keterampilan para dokter dalam bekerja (= X15).
- Keterampilan dan kemampuan para perawat dalam bekerja (= X16).
- Pelayanan yang sopan dan ramah (= X17).

▪ Jaminan keamanan terhadap pasien (= X18).

d. *Dimensi pelayanan empati yang dibentuk oleh beberapa atribut, yaitu :*

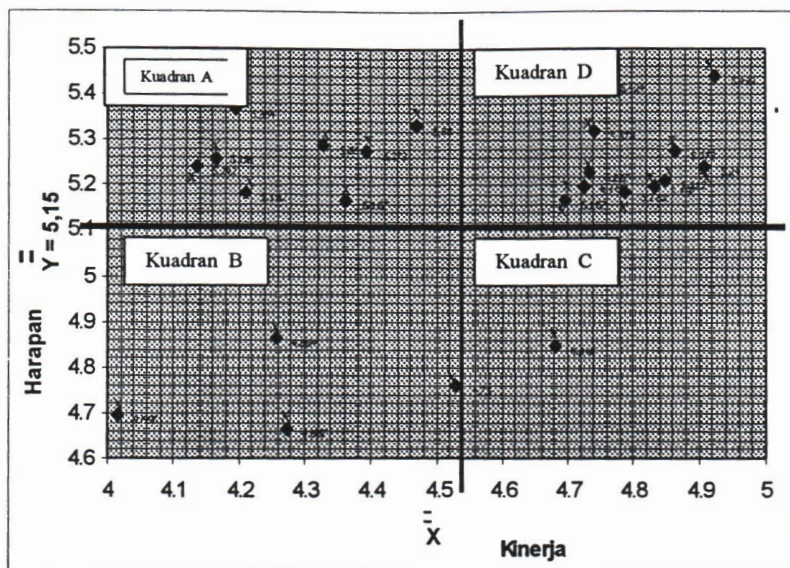
- Perhatian khusus dari dokter kepada setiap pasien (= X19).
- Perhatian terhadap keluhan pasien (= X21).
- Perhatian terhadap keluhan keluarga (= X22).
- Pelayanan yang adil kepada semua pasien (= X23).

e. *Dimensi pelayanan berwujud yang dibentuk oleh beberapa atribut, yaitu :*

- Kebersihan dan kerapian ruangan (= X24).
- Kelengkapan dan kesiapan alat-alat yang dipakai (= X27).
- Kebersihan alat-alat yang dipakai (= X28).
- Kerapian penampilan karyawan (= X29).
- Kebersihan penampilan karyawan (= X30).
- Menu makanan (X31)

2. Berdasarkan gambar 2. penilaian pasien terhadap atribut-atribut yang lolos uji validitas pada tingkat harapan/kepentingan adalah sebagai berikut :

- Atribut tingkat harapan yang dianggap penting oleh pasien adalah sebagai berikut : X1, X2, X4, X6, X9, X10, X13, X14, X15, X16, X18, X19, X21, X22, X23, X24, X27, X28 dan X30.
- Atribut tingkat harapan yang dianggap tidak penting oleh pasien adalah sebagai berikut : X7, X11, X17, X29 dan X31.



Gambar 2.

Diagram Kartesius faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan/pasien di RSU Sumedang

3. Berdasarkan gambar 2. penilaian persepsi terhadap atribut-atribut kinerja yang lolos uji validitas pada kualitas pelayanan di Rumah Sakit Umum Sumedang adalah sebagai berikut :

- Atribut tingkat kinerja Rumah Sakit Umum Sumedang yang sudah baik (memuaskan) adalah atribut : X2, X4, X6, X9, X10, X15, X16, X22, X23, X24, X29 dan X30.
- Atribut tingkat kinerja Rumah Sakit Umum Sumedang yang kurang baik (belum memuaskan) adalah atribut : X1, X7, X11,

X13, X14, X17, X18, X19, X21, X27, X28 dan X31.

4. Hasil pembentukan posisi prioritas atribut-atribut penelitian dalam diagram kartesius adalah sebagai berikut :

- 4.1 Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran A (atribut-atribut jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen rumah sakit belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pasien) adalah :
- Prosedur penerimaan pasien yang cepat dan tepat (= X1).

- Tindakan yang cepat dari perawat pada saat pasien membutuhkan (= X13).
- Pengetahuan dan kemampuan para dokter dalam menetapkan diagnosis penyakit (= X14).
- Jaminan keamanan terhadap pasien (= X18).
- Perhatian khusus dari dokter kepada setiap pasien (= X19).
- Perhatian terhadap keluhan pasien (= X21).
- Kelengkapan dan kesiapan alat-alat yang dipakai (= X27).
- Kebersihan alat-alat yang dipakai (= X28).
- Keterampilan dan kemampuan para perawat dalam bekerja (= X16).
- Perhatian terhadap keluhan keluarga (= X22).
- Pelayanan yang adil kepada semua pasien (= X23).
- Kebersihan dan kerapihan ruangan (= X24).
- Kebersihan penampilan karyawan (= X30).

4.2 Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran B (atribut-atribut jasa pokok yang dianggap penting oleh pasien telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pasien) adalah :

- Pelayanan pemeriksaan yang cepat dan tepat (= X2).
- Pelayanan perawatan yang cepat dan tepat (= X4).
- Ketepatan jadwal pelayanan kunjungan perawat (= X6).
- Kemampuan dokter untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pasien (= X9).
- Kemampuan perawat untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pasien (= X10).
- Keterampilan para dokter dalam bekerja (= X15).

4.3 Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran C (atribut-atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pasien, pelaksanaannya oleh pihak rumah sakit biasa-biasa saja / dianggap kurang penting dan kurang memuaskan) adalah :

- Ketepatan jadwal istirahat (= X7).
- Pemberian informasi yang jelas dan mudah dimengerti (= X11).
- Pelayanan yang sopan dan ramah (= X17).
- Menu makanan (= X31).

4.4 Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran D (atribut-atribut jasa yang dianggap kurang penting akan tetapi pelaksanaannya berlebihan/ kurang penting tetapi sangat memuaskan) adalah: kerapihan penampilan karyawan (= X29).

5. Target Misi Kinerja Rumah Sakit Umum (RSU) Sumedang

Dari sembilan belas atribut yang dianggap penting oleh pasien, pihak rumah sakit baru dapat memenuhi target misi sebanyak

sebelas atribut, sisanya yaitu delapan atribut pelayanan belum bisa memuaskan harapan pasien sehingga perlu diprioritaskan perbaikannya.

V. Rekomendasi/Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas direkomendasikan kepada pihak manajemen Rumah Sakit Umum Sumedang hendaknya lebih memperhatikan dan memprioritaskan perbaikan pada atribut kualitas pelayanan yang berada pada kuadran A, yaitu :

a. Atribut X1 (Prosedur penerimaan pasien yang cepat dan tepat).

b. Atribut X13 (Tindakan yang cepat dari perawat pada saat pasien membutuhkan).

c. Atribut X14 (Pengetahuan dan kemampuan para dokter dalam menetapkan diagnosis penyakit).

d. Atribut X18 (Jaminan keamanan terhadap pasien).

e. Atribut X19 (Perhatian khusus dari dokter kepada setiap pasien).

f. Atribut X21 (Perhatian terhadap keluhan pasien).

g. Atribut X27 (Kelengkapan dan kesiapan alat-alat yang dipakai)

h. Atribut X28 (Kebersihan alat-alat yang dipakai).

Daftar Pustaka

- Irawan Handi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002.
- J. Supranto, *Metode Penelitian Sosial*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002
- Santoso Singgaih, *SPSS Versi 10*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002.
- Singarimbun Masri, Effendi Sofian, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta, 1989.
- Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, Andi Yogyakarta, 1996.
- Tjiptono Fandy, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Andi Yogyakarta, 1997.
- Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman and Leonard L. Berry, *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York, 1990.
- Vincent Gaspersz, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Walpole R.E dan Myers Raymond H, *Ilmu Peluang dan Statistika Untuk Insinyur dan Ilmuwan*, ITB, Bandung, 1986.
- William R. Dillon and Matthew Goldstein, *Multivariate Analysis : Method and Applications*, John Wiley & sons, New York, 1984.

Biodata

Dra. Prima Naomi, MT.

Dosen Teknik dan Manajemen Industri Universitas Winaya Mukti
Jabatan pada Institusi: Ketua Jurusan TM!
Universitas Winaya Mukti (UNWIM)
Bidang Keahlian: Manajemen Industri