
Analisis Kinerja Pelayanan Rumah Sakit Umum Swasta X Di Temanggung Menurut Persepsi Konsumen

Dedi Prayitno
Akademi Fisioterapi “YAB” Yogyakarta
Email : dediprayitno888@gmail.com

Abstrak

Kepuasan konsumen adalah faktor penting yang penting untuk dipertimbangkan. yang akan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Begitu juga dengan Rumah Sakit Umum Swasta X di Temanggung. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana kepuasan pelanggan setelah menerima kinerja Rumah Sakit Umum Swasta X di Temanggung, atribut apa yang paling memuaskan dan tidak memuaskan konsumen dan apakah ada perbedaan tingkat kepuasan / ketidakpuasan konsumen berdasarkan karakteristik dari responden.

Pengukuran kepuasan konsumen dengan membandingkan harapan dengan kinerja. Jika kinerja sama atau melebihi berarti konsumen puas dan sebaliknya jika kinerja lebih rendah dari harapan konsumen yang tidak puas. Harapan dan kinerja yang diukur adalah komponen keseluruhan dari model kualitas layanan yang mencakup 5 dimensi, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Metode pengujian dilakukan oleh Wilcoxon Rating Test. Hasil pengujian diperoleh total signifikansi 0,000 dan pada setiap atribut 0,000 berarti ada perbedaan antara harapan dan kinerja atau konsumen tidak puas dengan Rumah Sakit Umum Swasta di Temanggung. Tidak ada atribut yang paling memuaskan bagi konsumen sementara layanan yang paling tidak memuaskan sesuai dengan waktu yang ditentukan dan kewaspadaan perawat untuk menangani keluhan pasien. Analisis Variabel Satu Arah Kruskal Wallis dilakukan untuk menguji perbedaan tingkat kepuasan / ketidakpuasan berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan. Hasil pengujian diperoleh signifikansi kurang dari 0,05 yang diperlukan sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan tingkat ketidakpuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan.

Hasil penelitian diharapkan menjadi input manajemen khususnya untuk lebih meningkatkan kinerja mereka dan harus dapat memberikan layanan yang sesuai yang dapat memenuhi kepuasan setiap konsumen berdasarkan karakteristik mereka.

Kata Kunci: Kepuasan pelanggan, Pengukuran Kepuasan, Kinerja, Pelayanan

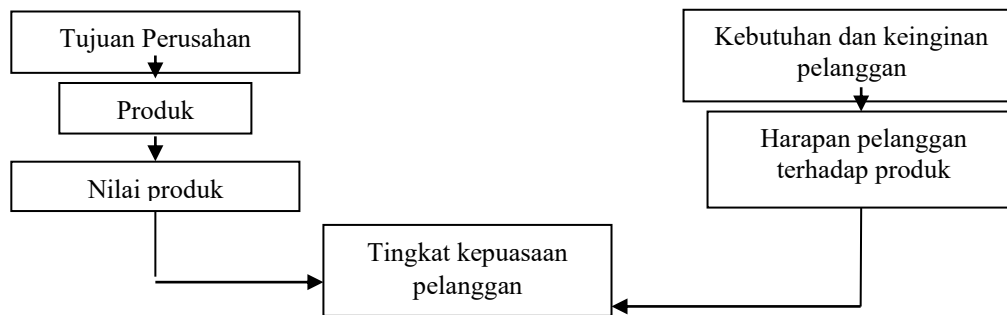
PENDAHULUAN

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan. Dengan menghasilkan kualitas pelayanan maka akan tercapai kepuasan pelanggan sehingga pada akhirnya dapat menaikkan kinerja secara keseluruhan.

Menurut Kotler (1997) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkan.

Pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan. Engel dan Pawitra dalam bukunya Fredy Rangkuti (2002) mengatakan bahwa pengertian tersebut dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap satu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat dengan konsep kepuasan pelanggan sebagaimana tampak pada Gambar 1.

Sebagaimana layaknya perusahaan yang bergerak di bidang jasa maka produk yang dihasilkan rumah sakit bersifat intangibles dimana konsumen tidak dapat melihat bentuk produk yang dihasilkan tetapi hanya dapat merasakan manfaat dari jasa yang diberikan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa akan dipersepsikan baik dan memuaskan, demikian juga sebaliknya.



Gambar 1. Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Freddy Rangkuti (2002) “Measuring Customer Satisfaction”, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal 24

Pengukuran kualitas di rumah sakit lebih kompleks sifatnya karena pelayanan di rumah sakit terbagi atas pelayanan medis dan non medis. Di dalam kualitas medis terdapat keterbatasan yang berhubungan dengan kode etik dan standar pelayanan profesi kedokteran. Di samping itu ada perbedaan kepentingan antara pengguna jasa layanan kesehatan, penyelenggara dan penyandang atau pemilik sarana pelayanan kesehatan.

Bagi pasien selaku pengguna jasa, mutu pelayanan kesehatan lebih terkait pada penampilan fisik rumah sakit, fasilitas yang tersedia, kenyamanan dalam menjalani perawatan, ketanggapan petugas dalam memenuhi kebutuhan pasien, kelancaran komunikasi petugas dan pasien serta kepercayaan akan kemampuan paramedik dalam menangani suatu penyakit.

Bagi rumah sakit, mutu pelayanan lebih ditekankan pada kesesuaian pelayanan dengan perkembangan ilmu dan teknologi mutakhir dan otonomi profesi dalam melaksanakan pelayanan kesehatan sesuai dengan kebutuhan pasien. Sedang bagi penyandang dana atau pemilik rumah sakit, mutu pelayanan lebih ditekankan pada efisiensi pemakaian sumber dana, kewajaran pembiayaan dan kemampuan pelayanan mengurangi pemborosan atau kerugian penyandang dana.

Penilaian kualitas pelayanan yang banyak mendapatkan perhatian adalah SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988). SERVQUAL mengidentifikasi sekumpulan atribut pelayanan secara komprehensif dalam menilai kinerja pelayanan. Untuk menilai kualitas pelayanan tercakup dalam 4 dimensi kualitas yaitu tangibles (bukti fisik), realibility (kehandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan) dan empathy (empati).

Dengan mengetahui model kesenjangan ini maka akan diperoleh informasi mengenai harapan-harapan yang sebenarnya diinginkan konsumen yang mungkin sesuai dan mungkin tidak sesuai dengan apa yang kita prediksi sehingga akan mengecewakan konsumen yang akan menerima jasa dan mungkin akan mengurangi keuntungan yang didapatkan. Dengan mengetahui informasi tersebut maka akan berguna bagi rumah sakit untuk menyusun strategi peningkatan kualitas untuk memberikan kepuasan konsumen yang akan memberikan competitive advantage bagi perusahaan.

Sehubungan dengan konteks kualitas layanan, penulis tertarik untuk meneliti sejauh mana tanggapan pasien terhadap RSUD Swasta X Di Temanggung berkaitan dengan tingkat kepuasan mereka dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Pada RSUD Swasta X Di Temanggung”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji :

Bagaimana penilaian konsumen setelah menerima pelayanan dari Rumah Sakit Umum Swasta X Di Temanggung .

Batasan Masalah

Dalam rangka menghindari terjadinya salah pengertian dan peninjauan ulang yang terlalu luas terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu diberikan pembatasan beberapa istilah, yaitu :

1. Kepuasan terjadi apabila hasil penilaian kinerja setidaknya memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Ketidakpuasan adalah hasil dari harapan yang diteguhkan secara negatif, artinya kinerja lebih rendah daripada harapan.
2. Harapan merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang hal-hal yang diterimanya. Sedangkan kinerja merupakan evaluasi konsumen tentang hal-hal yang telah diterimanya.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

Menganalisis Kepuasan yang dirasakan konsumen setelah menerima Pelayanan dari RSUD Swasta X Di Temanggung .

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berupa kepuasan/ ketidakpuasan konsumen sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan dalam meningkatkan kualitas pelayanannya.

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

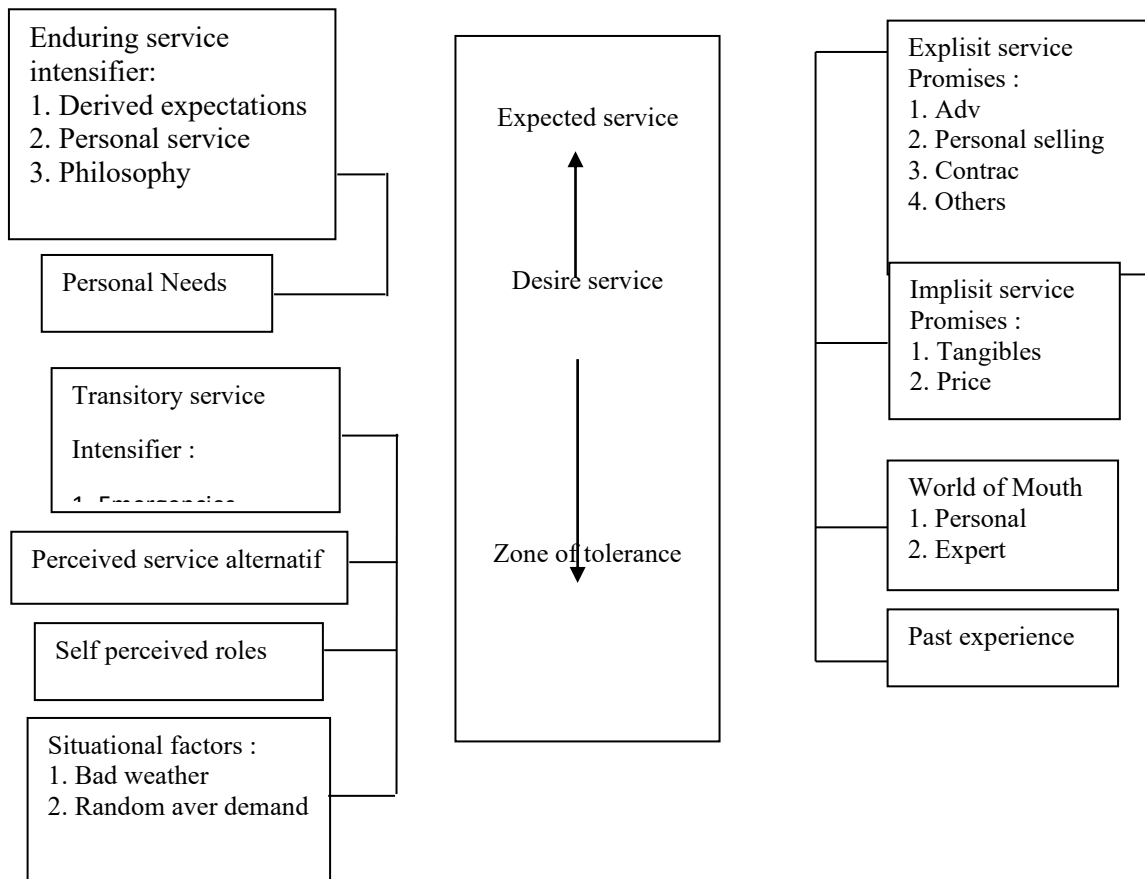
Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Penilaian Konsumen Terhadap Kinerja RSUD Swasta Di Temanggung” adalah penelitian yang menyangkut pengukuran kepuasan konsumen yang berkaitan dengan kualitas layanan dengan memakai teori pengukuran kualitas layanan 5 dimensi pelayanan. Penelitian yang terdahulu yang telah dilakukan :

Pada penelitian ini menganalisis Penilaian Konsumen Terhadap Pelayanan dari Rumah Sakit Umum PKU Swasta X Di Temanggung melalui lima dimensi kualitas pelayanan dari V.A Zeithaml dan L.L Berry yang meliputi tangibles, reability, responsiveness, assurance dan emphyaty dengan memperbandingkan antara harapan konsumen dengan kinerja yang diterima.

Tingkat Kepentingan Pelanggan

Tingkat kepentingan pelanggan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk jasa yang dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk jasa tersebut. Valarie A Zethaml, A Parasuraman dan Leonard L Berry (1993), membuat satu konseptual mengenai tingkat kepentingan pelanggan, seperti tampak pada Gambar 2



Gambar 2 Diagram Model Konseptual dari Tingkat Kepentingan Pelanggan

Sumber : Freddy Rangkuti (2002) “Measuring Customer Satisfaction”, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal 36.

Faktor–faktor yang mempengaruhi harapan konsumen terhadap kualitas layanan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan konsumen (Tjiptono,1999).

Menurut Parasuraman et.al (dalam Tjiptono,1999) harapan konsumen terhadap kualitas suatu jasa terbentuk oleh beberapa faktor yaitu :

1. *Enduring service intensifiers* (harapan jasa yang secara abadi ada pada konsumen).
2. Faktor ini merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong konsumen untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang tentang jasa.

3. *Personal needs* (kebutuhan personal)

Faktor ini meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologis.

4. *Transitory serviceintensifier* (harapan jasa yang tidak permanen ada pada konsumen).

Merupakan faktor individual yang bersifat sementara (jangka pendek) yang meningkatkan sensitivitas konsumen terhadap jasa. Faktor ini meliputi situasi darurat pada saat konsumen

sangat membutuhkan jasa dan ingin perusahaan dapat membantunya serta jasa terakhir yang dikonsumsi konsumen dapat menjadi acuanya untuk menentukan baik buruknya jasa berikutnya.

5. *Perceived service alternatives* (alternatif jasa yang diterima).

Merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan perusahaan yang sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternatif maka harapannya terhadap suatu jasa akan semakin besar.

6. *Self-perceived roles* (keterlibatan dalam penerimaan jasa).

Faktor ini merupakan persepsi konsumen tentang derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya.

7. *Situational factors* (faktor situasional).

Terdiri atas segala kemungkinan yang dapat mempengaruhi kinerja jasa yang berada diluar kendali penyedia jasa.

8. *Explicit service promises* (penegasan janji pelayanan).

Merupakan pernyataan organisasi tentang jasanya kepada konsumen dapat berupa : iklan, personal selling, perjanjian atau komunikasi dengan karyawan organisasi tersebut.

9. *Implicit service promises* (janji pelayanan implisit).

Menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan jasa yang memberikan kesimpulan bagi konsumen tentang jasa yang bagaimana seharusnya dan yang akan diberikan.

10. *Word-of mouth* (rekomendasi dari orang lain).

Merupakan pernyataan yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi kepada konsumen. Faktor ini cepat diterima sebagai referensi karena konsumen jasa biasanya sulit mengevaluasi jasa yang belum dirasakannya.

11. *Past experience* (pengalaman masa lampau).

Meliputi hal –hal yang telah dipelajari atau diketahui dari jasa yang pernah diterima dimasa lalu.

12. Menurut model tersebut, ada dua tingkat kepentingan pelanggan yaitu *adequate service* dan *desire service* (Fredy Rangkuti, 2002).

a. *Adequate service* adalah tingkat kinerja jasa minimal yang masih dapat diterima berdasarkan perkiraan jasa yang mungkin akan diterima dan tergantung pada alternatif yang tersedia.

b. *Desired service* adalah tingkat kinerja jasa yang diharapkan pelanggan akan diterimanya, yang merupakan gabungan dari kepercayaan pelanggan mengenai apa yang dapat dan harus diterimanya.

Zone of tolerance adalah daerah di antara *adequate service* dan *desired service*, yaitu daerah dimana variasi pelayanan yang masih dapat diterima oleh pelanggan. *Zone of tolerance* dapat mengembang dan menyusut serta berbeda-beda untuk setiap individu, perusahaan, situasi dan aspek jasa. Apabila pelayanan yang diterima oleh pelanggan berada di bawah *adequate service*, pelanggan akan frustrasi dan kecewa. Sedangkan apabila pelayanan yang diterima pelanggan melebihi *desired service*, pelanggan akan sangat puas dan terkejut.

Kualitas

Banyak pakar dan organisasi yang mencoba mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing – masing. Beberapa diantaranya :

1. Performance to the standard expected by customer
2. Meeting the customer's needs the first time and every time
3. A pragmatic system of continual improvement, a way to successfully organize an and machines (Tjiptono, Total Quality Management, 1996 : 2)

Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal tetapi mempunyai kesamaan, yaitu :

“ Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan “.

David Garvin (dalam Lovelock, 1994, pp 98 – 99 : Ross 1993, pp 97 – 98) mengidentifikasi adanya lima alternatif perspektif kualitas yang biasa digunakan yaitu :

1. Transcendental Approach

Kualitas dalam pendekatan ini dapat dirasakan atau diketahui tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam seni musik, drama, seni tari dan seni rupa. Selain itu perusahaan dapat mempromosikan produknya dengan pernyataan-pernyataan seperti kelembutan dan kehalusan kulit (sabun mandi, dll). Dengan demikian fungsi perencanaan, produksi dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.

2. Product-based Approach

Pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan dan preferensi individu.

3. User-based Approach

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya

perceived quality) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subjektif dan demand-oriented ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula sehingga bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

4. Manufacturing – based Approach

Perspektif ini bersifat supply-based dan terutama memperhatikan praktek-praktek perekayasaan dan pemanufakturan serta mendefinisikan kualitas sebagai sama dengan persyaratannya (conformance to requirements). Ini dapat diartikan yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan bukan konsumen yang menggunakannya.

5. Value – Based Approach

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga dengan mempertimbangkan trade off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “Affordable excellence”. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli (best-buy).

Model Kualitas Pelayanan

Model kualitas jasa pelayanan dikembangkan oleh A. Parasuraman, L.L Berry dan V.A. Zeithmal (Berry 1985) yang berupaya untuk mengenali kesenjangan (gaps) pelayanan yang terjadi dan mencari jalan keluar untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan kesenjangan pelayanan tersebut.

Secara umum kesenjangan pelayanan dapat dibedakan ke dalam dua kelompok yaitu :

1. Kesenjangan yang muncul dari dalam perusahaan (company gaps).

Kesenjangan ini dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan kualitas. Kesenjangan yang muncul dari dalam perusahaan dapat dibedakan ke dalam empat jenis kesenjangan yaitu :

- a. Kesenjangan 1 : Tidak mengetahui harapan konsumen akan pelayanan
- b. Kesenjangan 2 : Tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat
- c. Kesenjangan 3 : Tidak memberikan pelayanan berdasarkan standard pelayanan
- d. Kesenjangan 4 : Tidak memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan

2. Kesenjangan yang muncul dari luar perusahaan

Kesenjangan yang muncul dari luar perusahaan yang disebut dengan kesenjangan 5 terjadi karena adanya perbedaan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan referensi standar kinerja pelayanan dan seringkali diformulasikan

bedasarkan keyakinan konsumen tentang apa yang terjadi. Harapan konsumen bersumber dari faktor pemasaran yang terkendali seperti harga, promosi dan faktor-faktor yang sulit dikendalikan oleh departemen pemasaran seperti kebutuhan dari mulut ke mulut, pengalaman masa lalu, penawaran dari para pesaing dan sebagainya.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Zeithaml, Berry dan Parasuraman telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. Tangibles (bukti langsung) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Realibility (kehandalan) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. Responsiveness (daya tangkap) yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Assurance (jaminan) yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.
5. Emphaty (empati) yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Konsumen yang melakukan pembelian ulang atas produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan adalah pelanggan dalam arti yang sebenarnya. Untuk menciptakan pembelian ulang tersebut sudah barang tentu perusahaan harus memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan atau jasa sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Perusahaan harus berupaya mengetahui apa yang diharapkan pelanggan atas produk atau jasa yang dihasilkan. Harapan pelanggan dapat diidentifikasi secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi pelanggan terhadap kepuasan. Mengetahui persepsi pelanggan terhadap kepuasan sangat penting agar tidak terjadi kesenjangan (gap) persepsi antara perusahaan dengan pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kepuasan merupakan penilaian subyektif dari hasil yang diperolehnya. Harapan pelanggan merupakan referensi standar kinerja pelayanan dan sering kali diformulasikan berdasarkan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan terjadi.

Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler, 1994 beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah :

1. Sistem Pengaduan

Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Setiap saran dan keluhan yang masuk harus menjadi perhatian bagi perusahaan, sebab saran dan keluhan itu pada umumnya dilandasi oleh pengalaman mereka dan hal ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap produk maupun terhadap perusahaan.

2. Survey pelanggan

Survey pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan misalnya melalui surat pos, telepon atau wawancara langsung.

3. Panel pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang berhenti membeli atau pindah menjadi pelanggan perusahaan lain. Dari pelanggan setia akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dan dari pelanggan yang telah berhenti membeli, perusahaan akan memperoleh informasi mengapa hal itu dapat terjadi. Apabila pelanggan yang berhenti membeli (customer loss rate) ini meningkat hal ini menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

Implikasi dari pengukuran kepuasan pelanggan adalah pelanggan dilibatkan dalam pengembangan produk atau jasa dengan cara mengidentifikasi apa yang dibutuhkan pelanggan. Tujuan untuk melibatkan pelanggan dalam pengembangan produk dan jasa adalah agar perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Persepsi yang akurat mengenai harapan pelanggan merupakan hal yang perlu namun tidak cukup untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Perusahaan harus mewujudkan harapan pelanggan ke dalam desain dan standar kepuasan pelanggan. Desain dan standar kepuasan pelanggan dikembangkan atas dasar harapan konsumen dan prioritasnya.

Hipotesis Penelitian

Pada penelitian ini ada 2 hipotesis yaitu

1. Terdapat perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang diberikan oleh RSU Swasta Di Temanggung.
2. Terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen pada RSU Swasta X Di Temanggung berdasarkan karakteristik responden.

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah harapan dan kinerja dari indikator-indikator yang diteliti. Dengan mengetahui hal tersebut, selanjutnya dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan jasa tersebut. Kepuasan terjadi apabila kinerja memenuhi harapan. Sedangkan ketidakpuasan terjadi apabila kinerja lebih rendah daripada harapan.

1. Kualitas Pelayanan terdiri dari lima dimensi, yaitu :

a. *Tangible* (berwujud)

Dimensi ini merupakan fasilitas yang disediakan RSUD Swasta Di Temanggung baik sarana maupun prasarana fisik untuk pelayanan kepada pasien sebagai bukti nyata.

b. *Realibility* (kehandalan)

Merupakan kehandalan atau kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan RSUD Swasta X Di Temanggung dengan akurat dan tepercaya.

c. *Responsiveness* (ketanggapan)

Suatu kebijakan RSUD Swasta X Di Temanggung untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pasien melalui SDM-nya.

d. *Assurance* (jaminan)

Pengetahuan dan keramahan pegawai RSUD Swasta X Di Temanggung serta kemampuan melaksanakan tugas yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pasien.

e. *Emphathy* (empati)

Memberikan perhatian yang bersifat individu atau pribadi dari pegawai RSUD Swasta X Di Temanggung kepada pasien untuk memahami keinginan pasien.

2. Tanggapan Pelanggan Terdiri dari :

a. Tingkat kepentingan/harapan pengguna jasa (sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, tidak baik).

b. Tingkat kinerja pelayanan (sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, tidak baik).

Variabel Penelitian

1. Dimensi *Tangibles* (wujud)

Penampilan fisik gedung, Peralatan yang modern, Fasilitas fisik seperti ruang tunggu dan kamar periksa yang bersih dan nyaman, Karyawan yang berpenampilan bersih dan rapi,

Sarana komunikasi yang berhubungan dengan pelayanan seperti papan informasi, brosur dan bel pemanggil, Tersedianya tempat parkir, Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan

2. Dimensi *Reability* (keterandalan)

Pelayanan sesuai waktu yang ditetapkan, Pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan, Pelayanan sesuai dengan tarif yang ditetapkan, Apotek mampu memberikan informasi pelayanan yang cepat dan mudah, Dokter yang siap setiap saat bila diperlukan pasien, Perawat yang siap setiap saat bila diperlukan

3. Dimensi *Responsiveness* (ketanggapan)

Perawat yang ramah dan penuh perhatian, Kesigapan perawat dalam melayani pasien, Kesigapan perawat dalam menangani keluhan pasien, Karyawan administrasi/umum memberikan layanan secara cepat, Dokter yang mampu memberikan informasi penyakit pasien secara akurat, Dokter yang bisa menjawab pertanyaan yang diajukan pasien mengenai penyakitnya.

4. Dimensi *Assurance* (jaminan)

Prestasi dan reputasi rumah sakit, Pasien merasa aman selama proses pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit, Penilaian mengenai perkembangan penyakit pasien selama menjalani perawatan, Dokter dan perawat memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan pasien, Peralatan laboratorium yang mampu memberikan hasil pemeriksaan yang tepat dan akurat, Karyawan mampu memberikan informasi sesuai dengan prosedur yang ditetapkan

5. Dimensi *Emphathy* (empati)

Dokter yang bisa memahami kondisi masing-masing pasien, Perawat yang mampu memberikan rasa nyaman pada pasien, Perawat yang mampu berkomunikasi terhadap pasien, Perawat memberikan perhatian secara individu terhadap pasien, Rumah sakit memberikan pelayanan pada jam-jam yang tepat untuk semua pasien.

Populasi dan Sampel

Karena populasi tidak diketahui secara pasti maka untuk mengetahui/memperkirakan dengan rumus berikut (Djarwanto dan Pangestu, 1996:158) :

$$n = \frac{Z^2_{1/2\alpha} (P(1-P))}{e^2}$$

Dimana

n = jumlah sampel

$Z_{1/2\alpha}$ = nilai pada tabel kurva normal pada taraf keyakinan tertentu

e = kesalahan duga yang dapat ditolelir

P = parameter proporsi sukses

Dengan $\delta = 5\%$, $e = 10\%$ dan menurut informasi dari RSUD Swasta X di Temanggung bahwa prosentase pria 50% dan wanita 50% maka

$$\int (P) = P - P^2$$

$$\frac{df(P)}{dP} = 1 - 2P$$

$$dP$$

$$\frac{df(P)}{dP} = 0$$

$$dP$$

$$1 - 2P = 0$$

$$P = \frac{1}{2}$$

Harga maksimal dari $\int (P)$ adalah

$$P - P^2 = \frac{1}{2} - \frac{1}{4} = \frac{1}{4}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot \frac{1}{4}}{0,01^2} = 96,4 = 100$$

Dalam penelitian ini menjadi populasi adalah pasien yang pernah dirawat, sedang dirawat atau penunggu pasien dengan waktu perawatan minimal 3 x 24 jam dengan asumsi memiliki pengalaman dalam pelayanan dalam pendaftaran, kecepatan penanganan, keramahan dan lain-lain. Teknik pengambilan sampel non probabilitas dengan metode *quota sampling* dan *convenience sampling*.

Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang didapat langsung dari responden melalui pengisian kuesioner dan dari manajemen RSUD Swasta Di Temanggung yang dapat menunjang permasalahan yang diteliti. Sedangkan Metode Pengumpulan Data yang digunakan adalah:

1. Kuesioner dengan mengajukan pertanyaan tidak langsung kepada responden dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner ini disebarkan peneliti berdasarkan kuesioner yang dibuat peneliti dengan acuan dari teori-teori yang berhubungan dengan kepuasan konsumen dan kualitas layanan.
2. Wawancara dengan konsumen sebagai pengguna jasa dan pihak manajemen RSUD Swasta X Di Temanggung.

Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur variabel adalah kuesioner. Kuesioner yang akan dibagikan berisikan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan lima

dimensi kualitas pelayanan. Kuesioner tersebut berisi item-item pertanyaan sebagai penjabaran dari indikator-indikator variabel yang masing-masing berisikan unsur pelayanan. Dalam penyusunan kuesioner, penulis menggunakan jenis pertanyaan dengan jawaban alternatif tertentu. Responden hanya memilih satu jawaban yang disediakan dengan memberikan tanda pada jawaban yang dipilih dari setiap pertanyaan. Untuk mengubah data dari variabel-variabel yang ada ke dalam perhitungan data, maka penulis menggunakan model Skala Likert dengan skala ordinal.

Menurut Kinnear (1988) skala likert berhubungan dengan pertanyaan terhadap sesuatu misalnya setuju-tidak setuju dan baik-tidak baik. Pada skala likert ini, responden menjawab pertanyaan penelitian dengan memberikan tanda silang (X) pd alternatif jawaban dengan 5 kemungkinan yang tersedia. Untuk mengukur kepuasan pasien melalui tanggapan mereka dipergunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang terpilih. Kuesioner tersebut mengenai lima dimensi kualitas pelayanan untuk mengungkapkan sejauh mana tingkat kepuasan pasien dengan membandingkan antara tingkat kepentingan /harapan pengguna jasa dengan tingkat kinerja pelayanan RSUD Swasta di Temanggung berdasarkan tanggapan pasien. Dalam hal ini penulis akan memberikan pertanyaan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pelayanan dengan masing-masing 5 alternatif jawaban yaitu 1, 2, 3, 4, 5 yang harus dipilih salah satu jawaban saja bagi pelanggan yang paling sesuai berdasarkan kepentingan dan kinerja layanan yang dirasakan pelanggan dengan memberikan tanda silang (X).

Maka bentuk perhitungan bobot setiap jawaban dengan menggunakan skala likert sebagai berikut :

Untuk Kepentingan/ Harapan :

Nilai 5 = Sangat Baik, Nilai 4 = Baik, Nilai 3 = Cukup Baik, Nilai 2 = Kurang Baik, Nilai 1 = Tidak Baik

Untuk Kinerja :

Nilai 5 = Sangat Baik, Nilai 4 = Baik, Nilai 3 = Cukup Baik, Nilai 2 = Kurang Baik, Nilai 1 = Tidak Baik

Sebelum kuesioner digunakan sebagai alat pengukur, perlu diadakan pengujian terlebih dahulu apakah kuesioner ini telah memenuhi kriteria valid (tepat) dan reliabel (stabil) dengan diuji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Adalah aspek kecermatan pengukuran suatu alat yang valid tidak sekedar mengungkapkan data dengan tepat tetapi juga memberi gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Dalam

penelitian uji validitas dapat digunakan validitas internal yang dilakukan dengan cara melakukan analisis faktor untuk memperoleh hasil pengujian yang benar-benar valid maka dalam proses pengolahannya penulis menggunakan program SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Reliabilitas juga dapat menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

Reliabilitas yang digunakan adalah reliabilitas internal, yaitu reliabilitas yang diperoleh dengan cara menganalisis data dari satu kali hasil pengujian. Hal demikian ditempuh peneliti dengan alasan sebagai berikut :

- a. Tidak semua konsumen yang mempunyai atau mengetahui tentang pelayanan RSUD Swasta di Temanggung bersedia menjadi responden.
- b. Karena alasan tidak cukup waktu dari responden tidak memungkinkan diberikan daftar pertanyaan ulang. Bila daftar pertanyaan sampai dibawa pulang, kemungkinan kecil untuk kembali.
- c. Sebagaimana halnya dengan pengujian validitas, proses pengujian reliabilitas juga menggunakan program yang sama, yaitu dengan menggunakan SPSS. Sehingga hasil pengujian yang diperoleh akan benar-benar valid dan reliabel.

Metode Analisis Data

1. Untuk mengetahui kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada masing-masing atribut pelayanan digunakan Analisis Selisih. Yaitu dengan mencari selisih antara kinerja yang diberikan RSUD Swasta X Di Temanggung dengan harapan konsumen. Bila selisih antara kinerja dengan harapan sama dengan nol dan atau lebih besar dari nol (positif) berarti konsumen puas sedangkan bila kinerja lebih kecil dari harapan (negatif) berarti konsumen tidak puas. Pengukuran kepuasan atau ketidakpuasan konsumen ini dilakukan untuk masing-masing atribut maupun secara keseluruhan bagi setiap konsumen yang menjadi sampel. Analisis selisih ini selanjutnya menjadi data untuk pengujian perbedaan kepuasan/ketidakpuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden.
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen pada RSUD Swasta X Di Temanggung digunakan Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon dengan software SPSS. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:
 - a. H_0 = Tidak ada perbedaan antara harapan dan kinerja

- H_1 = Ada perbedaan antara harapan dan kinerja
- b. Menentukan taraf signifikansi (α) 0,05 dengan $dk = k - 1$
 - c. Kriteria pengujian :
 - H_0 diterima apabila : Probabilitas $> \alpha$
 - H_0 ditolak apabila : Probabilitas $< \alpha$
 - d. Kesimpulan :
 - H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan hasil penilaian harapan dengan kinerja pelayanan, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen memperoleh kepuasan dalam penggunaan pelayanan kesehatan tersebut. Dan sebaliknya jika H_0 ditolak berarti ada perbedaan hasil penilaian harapan dan kinerja dan berarti pula konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan kesehatan yang diterimanya.
3. Untuk menjelaskan ada atau tidaknya perbedaan kepuasan atau ketidakpuasan kelompok menurut karakteristik konsumen yang diuji, maka digunakan teknik Analisis Ragam Satu Arah Kruskal-Wallis dengan menggunakan software SPSS. Adapun langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut :
- a. H_0 = Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden.
 - H_1 = Terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden.
 - b. Menentukan taraf signifikansi (α) 0,05 dengan $dk = k - 1$
 - c. Kriteria pengujian :
 - H_0 diterima apabila : Probabilitas $> \alpha$
 - H_0 ditolak apabila : Probabilitas $< \alpha$

Kesimpulan :

H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden. Dan sebaliknya, jika H_0 ditolak berarti ada perbedaan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Peneliti memperoleh data mengenai harapan yang diinginkan konsumen dan kinerja yang diberikan RSUD Swasta Di Temanggung dari responden yang berjumlah 100 orang dengan teknik pengumpulan data metode *quota sampling* dan *convenience sampling*. Pada teknik ini,

untuk menentukan sampel didasarkan pada proporsi konsumen berdasarkan gender/jenis kelamin dan pada sifat kemudahannya.

Data yang telah terkumpul dari hasil isian kuesioner selama penelitian dilaksanakan selanjutnya dianalisis. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan antara harapan dan kinerja RSUD Swasta Di Temanggung. Setelah hal tersebut diketahui maka dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas jika kinerja yang diterima sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Dan sebaliknya, jika kinerja lebih rendah dari harapan konsumen merasa tidak puas. Selain itu dapat pula dianalisis ada atau tidaknya perbedaan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen berdasarkan karakteristiknya.

Oleh karena itu, kuesioner yang dibagikan kepada responden berisi dua bagian pertanyaan yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagian pertama berisi tentang karakteristik responden yang meliputi gender/jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan rata-rata per bulan dan tingkat pendidikan. Bagian ini disajikan dalam kuesioner tertutup sehingga responden cukup memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan dengan cara menyilang jawaban yang sesuai dengan keadaannya.
2. Bagian kedua berisi tentang daftar pertanyaan untuk mengetahui harapan yang diinginkan konsumen pada sub bagian pertama sedangkan pada sub bagian kedua mengenai kinerja yang diberikan RSUD Swasta X Di Temanggung yang selanjutnya akan digunakan untuk menilai kepuasan konsumen. Pertanyaan yang diajukan menyangkut 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangibles*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphathy* yang dinyatakan dengan atribut sebagai berikut :
 1. Penampilan fisik gedung
 2. Peralatan yang modern
 3. Fasilitas fisik seperti ruang tunggu dan kamar periksa yang bersih dan nyaman.
 4. Karyawan yang berpenampilan bersih dan rapi
 5. Sarana komunikasi yang berhubungan dengan pelayanan seperti papan informasi, brosur dan bel pemanggil
 6. Tersedianya tempat parkir
 7. Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan
 8. Pelayanan sesuai waktu yang ditetapkan
 9. Pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan
 10. Pelayanan sesuai dengan tarif yang ditetapkan
 11. Apotek mampu memberikan informasi pelayanan yang cepat dan mudah

12. Dokter yang siap setiap saat bila diperlukan pasien
13. Perawat yang siap setiap saat bila diperlukan
14. Perawat yang ramah dan penuh perhatian
15. Kesigapan perawat dalam melayani pasien
16. Kesigapan perawat dalam menangani keluhan pasien
17. Karyawan administrasi/umum memberikan layanan secara cepat
18. Dokter yang memberikan informasi penyakit pasien secara akurat
19. Dokter yang bisa menjawab pertanyaan yang diajukan pasien mengenai penyakitnya
20. Prestasi dan reputasi rumah sakit
21. Pasien merasa aman selama proses pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit
22. Penilaian mengenai perkembangan penyakit pasien selama menjalani perawatan
23. Dokter dan perawat memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan Pasien
24. Peralatan laboratorium yang mampu memberikan hasil pemeriksaan yang tepat dan akurat
25. Karyawan mampu memberikan informasi sesuai dengan prosedur yang ditetapkan
26. Dokter yang bisa memahami kondisi masing-masing pasien
27. Perawat yang mampu memberikan rasa nyaman pada pasien
28. Perawat yang mampu berkomunikasi terhadap pasien
29. Perawat memberikan perhatian secara individu terhadap pasien
30. Rumah sakit memberikan pelayanan pada jam-jam yang tepat untuk semua pasien

Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini akan diuji validitasnya menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh (rhitung) dibandingkan dengan angka kritis tabel korelasi (r_{kritis}) atau dengan cara membandingkan probabilitas hasil perhitungan dengan α yang diisyaratkan yaitu 0,05. Jika koefisien rhitung $>$ rtabel atau nilai probabilitas perhitungan lebih kecil ($<$) dari α , berarti secara statistik dapat dikatakan bahwa terdapat konsistensi internal (*internal consistency*) dalam pertanyaan-pertanyaan tersebut mengukur aspek yang sama. Hasil pengujian validitas ini secara lengkap dapat dilihat pada bagian lampiran, sedangkan resume hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2.

Berdasarkan tabel statistik korelasi product moment untuk jumlah data 100 diketahui r_{kritis} atau rtabel adalah 0,195 untuk interval 95%. Berdasarkan Tabel 1 diperoleh hasil

pengujian untuk 30 item pertanyaan harapan dengan nilai r hitung untuk masing-masing item lebih dari r tabel sehingga seluruh item pertanyaan harapan dinyatakan valid.

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh hasil pengujian untuk 30 item pertanyaan kinerja dengan nilai r hitung untuk masing-masing item lebih dari r tabel sehingga seluruh item pertanyaan kinerja dinyatakan valid. Hal ini berarti 30 item pertanyaan untuk harapan dan kinerja valid digunakan dalam penelitian.

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Nunnally (1978, dalam Noruris, 1993) menyatakan bahwa keandalan suatu skala pengukuran dapat diestimasi berdasarkan perhitungan korelasi atau kovariansi antara variabel-variabel yang diobservasi.

Instrument penelitian yang digunakan pada penelitian ini akan diuji keandalannya menggunakan *Koefisien Cronbach Alpha* (α). Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan didapatkan hasil koefisien alpha untuk harapan adalah 0,9559 dan untuk kinerja adalah 0,9334. Nilai koefisien yang semakin dekat dengan nilai 1 berarti bahwa instrument penelitian semakin andal. Hal ini berarti bahwa kuesioner penelitian yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat keandalan yang baik. Sedangkan hasil pengujian untuk tiap dimensi tampak pada Tabel 3.

Tabel 1 Hasil Pengujian Validitas Harapan

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,326	0,195	Valid
2	0,552	0,195	Valid
3	0,384	0,195	Valid
4	0,536	0,195	Valid
5	0,664	0,195	Valid
6	0,312	0,195	Valid
7	0,504	0,195	Valid
8	0,651	0,195	Valid
9	0,696	0,195	Valid
10	0,573	0,195	Valid
11	0,718	0,195	Valid
12	0,663	0,195	Valid
13	0,735	0,195	Valid
14	0,737	0,195	Valid
15	0,720	0,195	Valid
16	0,790	0,195	Valid
17	0,689	0,195	Valid
18	0,686	0,195	Valid
19	0,669	0,195	Valid
20	0,744	0,195	Valid
21	0,741	0,195	Valid
22	0,754	0,195	Valid
23	0,661	0,195	Valid
24	0,773	0,195	Valid

25	0,720	0,195	Valid
26	0,780	0,195	Valid
27	0,780	0,195	Valid
28	0,787	0,195	Valid
29	0,753	0,195	Valid
30	0,781	0,195	Valid

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Kinerja

Butir Pernyataan	Rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,203	0,195	Valid
2	0,574	0,195	Valid
3	0,450	0,195	Valid
4	0,424	0,195	Valid
5	0,451	0,195	Valid
6	0,396	0,195	Valid
7	0,458	0,195	Valid
8	0,679	0,195	Valid
9	0,725	0,195	Valid
10	0,711	0,195	Valid
11	0,487	0,195	Valid
12	0,586	0,195	Valid
13	0,644	0,195	Valid
14	0,715	0,195	Valid
15	0,853	0,195	Valid
16	0,795	0,195	Valid
17	0,757	0,195	Valid
18	0,558	0,195	Valid
19	0,401	0,195	Valid
20	0,433	0,195	Valid
21	0,668	0,195	Valid
22	0,554	0,195	Valid
23	0,594	0,195	Valid
24	0,503	0,195	Valid
25	0,674	0,195	Valid
26	0,642	0,195	Valid
27	0,592	0,195	Valid
28	0,665	0,195	Valid
29	0,605	0,195	Valid
30	0,549	0,195	Valid

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas Harapan dan Kinerja

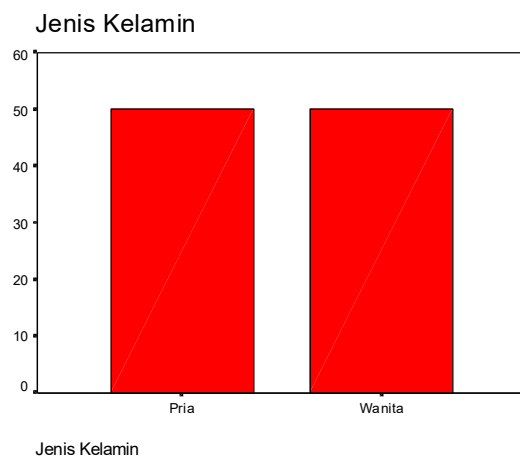
Dimensi	Koefisien Alpha	
	Harapan	Kinerja
Tangibles	0,7541	0,7273
Reabilitas	0,8650	0,8356
Responsiveness	0,9236	0,8498
Assurance	0,8979	0,7864
Emphaty	0,9209	0,8568

Analisa Data Deskriptif

Seluruh responden yang berjumlah 100 orang dibagi menjadi empat kelompok berdasarkan karakteristiknya. Karakteristik konsumen yang diteliti dibagi ke dalam empat kelompok yaitu gender/jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan dan tingkat pendidikan. Berikut adalah gambaran umum karakteristik responden yang diolah menggunakan komputer dengan program SPSS versi 10.0.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	50	50,0	50,0	50,0
	Wanita	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

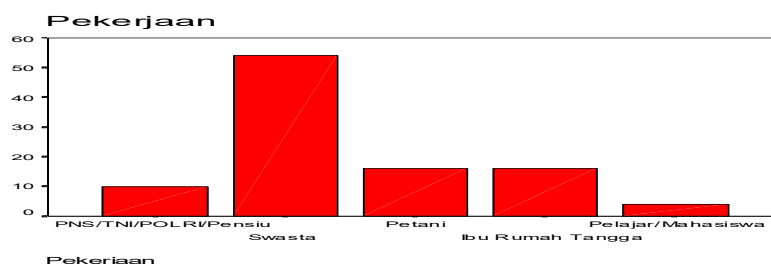


Gambar 2. Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Dari 100 responden diperoleh 50 % pria dan 50 % wanita berdasarkan gender/jenis kelamin.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS/TNI/POLRI/Pensiunan	10	10,0	10,0	10,0
	Swasta	54	54,0	54,0	64,0
	Petani	16	16,0	16,0	80,0
	Ibu Rumah Tangga	16	16,0	16,0	96,0
	Pelajar/Mahasiswa	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

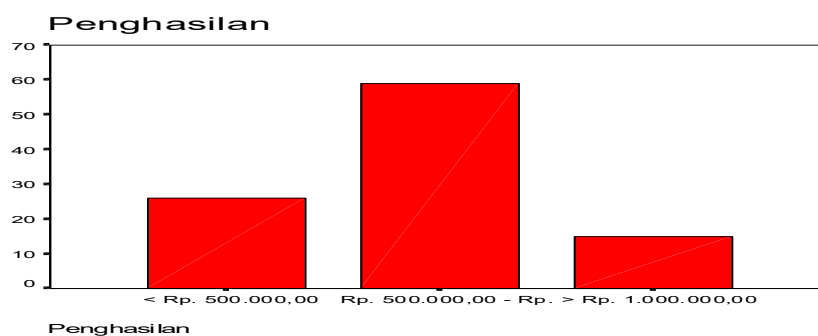


Gambar 3. Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan jenis pekerjaan diperoleh 10 % responden bekerja sebagai PNS/TNI/Polri/Pensiunan, 34 % bekerja sebagai swasta/wiraswasta, 16 % adalah petani, 16 % sebagai ibu rumah tangga dan 4 % adalah pelajar/mahasiswa.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

		Penghasilan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 500.000,00	26	26,0	26,0	26,0
	Rp. 500.000,00 - Rp. 1.000.000,00	59	59,0	59,0	85,0
	> Rp. 1.000.000,00	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

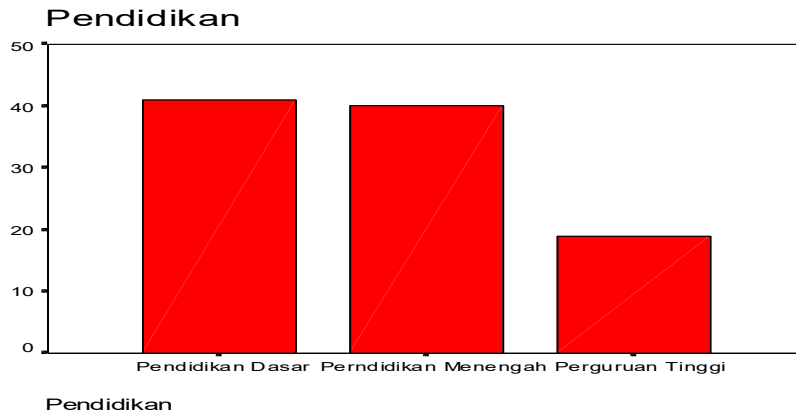


Gambar.4 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Berdasarkan tingkat penghasilan rata-rata per bulan, dari 100 responden yang dijadikan sampel, jumlah responden yang mempunyai rata-rata penghasilan rendah yaitu kurang dari Rp 500.000,00 sebesar 26 %, yang berpenghasilan menengah yaitu antara Rp 500.000,00 sampai Rp 1.000.000,00 adalah 59 % dan sisanya sebesar 15 % berpenghasilan tinggi yaitu lebih dari Rp 1.000.000,00.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pendidikan Dasar	41	41,0	41,0	41,0
	Perndidikan Menengah	40	40,0	40,0	81,0
	Perguruan Tinggi	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



Gambar 5 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebesar 41 % berpendidikan dasar yaitu pendidikan terakhir SD atau SLTP, 40 % berpendidikan menengah dengan pendidikan terakhir SLTA dan sisanya 19 % berpendidikan tinggi dengan pendidikan terakhir diploma, sarjana atau pasca sarjana .

Untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara rata-rata harapan dan kinerja serta atribut yang paling memuaskan dan tidak memuaskan konsumen dilakukan analisis secara deskriptif dengan analisa rata-rata harapan dan kinerja.

Dari Tabel 8 dapat dilihat bahwa ada kecenderungan rata-rata harapan lebih tinggi dari rata-rata kinerja. Besarnya rata-rata harapan tertinggi yaitu sebesar 4,42 pada atribut dokter yang siap setiap saat bila diperlukan pasien dan perawat yang siap setiap saat bila diperlukan pasien dan terendah sebesar 4,13 pada atribut perawat memberikan perhatian secara individu terhadap pasien. Hal ini dapat dimengerti karena konsumen RSUD Swasta X Di Temanggung yaitu pasien yang menderita sakit memiliki harapan yang utama adalah kesembuhan dimana kesiapan dokter dan perawat menjadi hal pertama dan utama yang diharapkan dan mutlak adanya. Sedangkan harapan terendah konsumen pada atribut perawat memberikan perhatian secara individu terhadap pasien dikarenakan adanya kebijakan RSUD SwastaX Di Temanggung memperbolehkan pihak keluarga pasien untuk menunggu selama proses perawatan sehingga konsumen tidak terlalu mengharapkan perhatian perawat secara individu.

Tabel.8. Hasil Rata-rata Harapan dan Kinerja

No.	Atribut	Variabel	Rata-rata
1.	Penampilan fisik gedung	Harapan 1	3,99
		Kinerja 1	3,44
2.	Peralatan yang modern	Harapan 2	4,25
		Kinerja 2	3,34
3.	Fasilitas fisik seperti ruang tunggu dan kamar periksa yang bersih dan nyaman	Harapan 3	4,10
		Kinerja 3	3,27
4.	Karyawan yang berpenampilan bersih dan rapi	Harapan 4	4,10
		Kinerja 4	3,38
5.	Sarana komunikasi berhubungan dengan pelayanan Seperti papan informasi, brosur dan bel pemanggil	Harapan 5	4,16
		Kinerja 5	3,08
6.	Tempat parkir	Harapan 6	3,80

		Kinerja 6	3,03
7.	Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan	Harapan 7	4,32
		Kinerja 7	3,29
8.	Pelayanan sesuai waktu yang ditetapkan	Harapan 8	4,36
		Kinerja 8	3,10
9.	Pelayanan sesuai janji yang ditawarkan	Harapan 9	4,35
		Kinerja 9	3,11
10.	Pelayanan sesuai tarif yang ditetapkan	Harapan 10	4,28
		Kinerja 10	3,10
11.	Apotek memberikan informasi pelayanan yang cepat dan mudah	Harapan 11	4,29
		Kinerja 11	3,43
12.	Dokter yang siap setiap saat bila diperlukan pasien	Harapan 12	4,42
		Kinerja 12	3,38
13.	Perawat yang siap setiap saat bila diperlukan pasien	Harapan 13	4,42
		Kinerja 13	3,49
14.	Perawat yang ramah dan penuh perhatian	Harapan 14	4,41
		Kinerja 14	3,29
15.	Kesigapan perawat melayani pasien	Harapan 15	4,38
		Kinerja 15	3,15
16.	Kesigapan perawat menangani keluhan pasien	Harapan 16	4,36
		Kinerja 16	3,10
No.	Atribut	Variabel	Rata-rata
17.	Karyawan memberikan layanan secara cepat	Harapan 17	4,26
		Kinerja 17	3,18
18.	Dokter memberikan informasi penyakit pasien secara akurat	Harapan 18	4,33
		Kinerja 18	3,28
19.	Dokter yang bisa menjawab pertanyaan yang diajukan pasien mengenai penyakitnya	Harapan 19	4,29
		Kinerja 19	3,44
20.	Prestasi dan reputasi rumah sakit	Harapan 20	4,17
		Kinerja 20	3,46
21.	Pasien merasa aman selama proses pelayanan	Harapan 21	4,25
		Kinerja 21	3,37
22.	Penilaian mengenai perkembangan penyakit Pasien selama menjalani perawatan	Harapan 22	4,15
		Kinerja 22	3,28
23.	Dokter dan perawat memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan pasien	Harapan 23	4,19
		Kinerja 23	3,43
24.	Peralatan laboratorium yang mampu memberikan hasil pemeriksaan tepat dan akurat	Harapan 24	4,34
		Kinerja 24	3,25
25.	Karyawan memberikan informasi sesuai prosedur	Harapan 25	4,14
		Kinerja 25	3,29
26.	Dokter yang bisa memahami kondisi Masing - masing pasien	Harapan 26	4,25
		Kinerja 26	3,27
27.	Perawat memberikan rasa nyaman pada pasien	Harapan 27	4,30
		Kinerja 27	3,28
28.	Perawat mampu berkomunikasi terhadap pasien	Harapan 28	4,27
		Kinerja 28	3,26
29.	Perawat memberikan perhatian secara individu terhadap pasien	Harapan 29	4,13
		Kinerja 29	3,07
30.	Pelayanan pada jam-jam tepat untuk semua pasien	Harapan 30	4,19
		Kinerja 30	3,23
Total		Harapan total	127,25
		Kinerja total	98,33

Besarnya rata-rata kinerja tertinggi yaitu sebesar 3,49 pada atribut perawat yang siap setiap saat bila diperlukan pasien sedangkan rata-rata kinerja terendah pada atribut tempat parkir sebesar 3,03. Hal ini berarti kinerja yang paling tinggi adalah perawat yang siap setiap saat bila

diperlukan pasien sedangkan kinerja yang paling rendah adalah tempat parkir. Pada seluruh atribut terdapat selisih negatif antara kinerja dan harapan. Selisih rata-rata kinerja dan harapan terbesar pada atribut pelayanan sesuai waktu yang ditetapkan dan kesigapan perawat menangani keluhan pasien sebesar -1,26. Hal ini berarti tidak ada atribut yang memuaskan konsumen dan atribut yang paling tidak memuaskan konsumen adalah pada atribut pelayanan sesuai waktu yang ditetapkan dan kesigapan perawat menangani keluhan pasien.

Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden yang meliputi gender/jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan dan pendidikan dilakukan dengan analisis *Compare Means* yang tampak pada Tabel 4, 5, 6 dan 7.

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan rata-rata tingkat ketidakpuasan antara konsumen pria dan wanita. Pada hampir semua atribut, konsumen wanita merasa lebih tidak puas demikian pula kepuasan secara total terhadap RSUD Swasta X Di Temanggung pada atribut fasilitas fisik seperti ruang tunggu dan kamar periksa yang bersih dan nyaman serta dokter dan perawat yang memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan pasien, konsumen wanita lebih merasa puas daripada konsumen pria.

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan rata-rata tingkat ketidakpuasan konsumen berdasarkan pekerjaan. Secara keseluruhan dan pada semua atribut terdapat perbedaan tingkat ketidakpuasan untuk konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai PNS/TNI/Polri/Pensiunan, Swasta/Wiraswasta, Petani, Ibu Rumah Tangga dan Pelajar. Hampir seluruh konsumen berdasarkan pekerjaan menyatakan tingkat ketidakpuasan namun pada atribut penampilan fisik gedung, konsumen dengan pekerjaan sebagai petani menyatakan tingkat kepuasan yang dapat dilihat dengan nilai 0,19 (positif).

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan rata-rata tingkat ketidakpuasan berdasarkan penghasilan. Pada semua atribut terdapat perbedaan tingkat ketidakpuasan pada konsumen yang berpenghasilan rendah yaitu kurang dari Rp 500.000,00 penghasilan menengah yaitu antara Rp 500.000,00 sampai Rp 1.000.000,00 dan penghasilan tinggi yaitu di atas Rp 1.000.000,00. Demikian pula untuk tingkat ketidakpuasan secara menyeluruh terhadap RSUD Swasta X di Temanggung. Ada kecenderungan pada konsumen dengan tingkat penghasilan tinggi merasa lebih tidak puas daripada konsumen dengan penghasilan menengah dan rendah.

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan rata-rata tingkat ketidakpuasan berdasarkan pendidikan. Konsumen dengan pendidikan dasar, pendidikan menengah dan tinggi memiliki perbedaan tingkat ketidakpuasan secara menyeluruh terhadap

RSU Swasta Di Temanggung . Demikian pula untuk setiap atribut terdapat perbedaan tingkat ketidakpuasan berdasarkan pendidikan tapi pada atribut kesigapan perawat melayani pasien, konsumen dengan pendidikan dasar dan menengah memiliki tingkat ketidakpuasan yang sama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya perbedaan yang signifikan antara harapan konsumen dengan kinerja yang diterima dari RSU Swasta X Di Temanggung. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji hipotesis dengan Uji Tanda Berperingkat Wilcoxon dengan nilai signifikansi 0,000 dan Z hitung adalah -8,629. Nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang disyaratkan dan lebih besar dari Ztabel yaitu -1,96. Artinya H_0 ditolak atau terdapat perbedaan antara harapan dan kinerja artinya konsumen merasa tidak puas setelah menerima kinerja dari RSU Swasta Di Temanggung
2. Tidak ada atribut yang memuaskan atau paling memuaskan sedangkan atribut yang paling tidak memuaskan adalah pelayanan sesuai waktu yang ditetapkan dan kesigapan perawat menangani keluhan pasien.
3. Adanya perbedaan yang signifikan tingkat ketidakpuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden yang meliputi gender/jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan dan tingkat pendidikan dengan pengujian Analisis Ragam Satu Arah Kruskal Wallis.
 - a. Pada pengujian berdasarkan gender/jenis kelamin, H_0 ditolak atau terdapat perbedaan tingkat ketidakpuasan konsumen berdasarkan gender/jenis dengan nilai signifikansi total sebesar 0,002 dan chi square total 9,168.
 - b. Pada pengujian berdasarkan jenis pekerjaan, H_0 ditolak atau terdapat perbedaan tingkat ketidakpuasan konsumen berdasarkan jenis pekerjaan dengan nilai signifikansi total sebesar 0,007 dan chi square total 14,210.
 - c. Pada pengujian berdasarkan tingkat penghasilan, H_0 ditolak atau terdapat perbedaan tingkat ketidakpuasan konsumen berdasarkan tingkat penghasilan dengan nilai signifikansi total sebesar 0,048 dan chi square total 6,066.
 - d. Pada pengujian berdasarkan tingkat pendidikan, H_0 ditolak atau terdapat perbedaan tingkat ketidakpuasan konsumen berdasarkan tingkat pendidikan dengan nilai signifikansi total sebesar 0,010 dan chi square total 9,201

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat penulis sampaikan beberapa saran kepada pihak RSUD Swasta X Di Temanggung dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan konsumen tidak puas pada RSUD Swasta X Di Temanggung. Oleh karena itu, pihak rumah sakit hendaknya berupaya untuk meningkatkan kinerja yang meliputi 5 dimensi yaitu *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Pada dimensi *tangibles* hendaknya RSUD Swasta X Di Temanggung :
 - a. Pada pembangunan gedung-gedung dan ruangan – ruangan baru perlu mempertimbangkan penampilan fisik.
 - b. Penambahan peralatan-peralatan modern sesuai kebutuhan konsumen dan perkembangan jaman.
 - c. Menjaga dan mempertahankan fasilitas fisik yang senantiasa bersih dan nyaman.
 - d. Mempertahankan penampilan karyawan yang senantiasa bersih dan rapi.
 - e. Memperbaiki dan meningkatkan sarana komunikasi seperti penggantian bel pemanggil yang rusak.
 - f. Pengaturan dan pembenahan tempat parkir agar lebih nyaman dan aman.
 - g. senantiasa menjaga dan meningkatkan kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan.
 - 1) Pada dimensi *reability* hendaknya RSUD Swasta X Di Temanggung: Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditetapkan, janji yang ditawarkan dan tarif yang ditetapkan, Mempercepat pelayanan apotek. Kekurangsiapan dokter bila diperlukan pasien diantisipasi dengan dokter jaga yang siap 24 jam .
 - 2) Pada dimensi *responsiveness* hendaknya RSUD Swasta X Di Temanggung menanamkan komitmen pada perawat, karyawan dan dokter agar melayani konsumen dengan sigap, ramah dan penuh perhatian.
 - 3) Pada dimensi *assurance* pihak RSUD Swasta X Di Temanggung perlu melengkapi dan mengembangkan peralatan laboratorium yang masih sangat minim.
 - 4) Pada dimensi *emphathy* dokter dan perawat sebagai pihak yang secara langsung berhubungan dengan pasien seharusnya lebih memberikan perhatian yang sifatnya individu atau pribadi pada pasien.
2. Pihak rumah sakit hendaknya mengukur kepuasan konsumen secara rutin untuk mengetahui harapan – harapan yang diinginkan konsumen yang cenderung berubah dan berkembang agar dapat dipenuhi.

3. Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan terdapat perbedaan tingkat ketidakpuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden. Oleh karena itu, pihak rumah sakit hendaknya mampu memberikan layanan tepat yang dapat memenuhi kepuasan masing-masing konsumen berdasarkan karakteristiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 1995, *Total Quality Management*, Andi Offset, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 1999, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, edisi pertama, Andi Offset, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2000, *Manajemen Jasa*, Edisi pertama, Cetakan II, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2000, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Edisi II, Cetakan II, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Freddy Rangkuti, 1999, *Riset Pemasaran*, cetakan ketiga, PT Gramedia Pustaka Utama, Sekolah Tinggi Ekonomi IBII, Jakarta
- Freddy Rangkuti, 2002, *Measuring Customer Satisfaction*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Philip Kotler, 1994, *Marketing Manajemen Analysis, Planning, Implementation and Control*, VIII Edition, New Jersey, Prentice Hall, Inc. Alih Bahasa Ancella An Hawati Hermawan, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid 1, Salemba Empat, Jakarta
- Philip Kotler, 2000, *Marketing Management*, Millenium Edition, New Jersey, Prentice Hall, Inc. Alih bahasa Hendra Teguh, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta
- Parasuraman, A., et al.1985, *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, Journal of Marketing, Vol 49 (Fall)
- Singgih Santoso, 2001, *SPSS : Mengolah Data Untuk Statistik Secara Profesional*, Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta
- Singgih Santoso, 2001, *Buku Latihan SPSS Statistik Non Parametrik*, Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta
- Zeitham, Valerie A, Bitner, Mary Jo, 1993, *Service Marketing*, Mc Graw Hill, New York