

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kesehatan merupakan hak asasi manusia, dimana setiap individu, keluarga, dan masyarakat berhak memperoleh perlindungan terhadap kesehatannya. Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, disebutkan bahwa kesehatan merupakan hak asasi manusia dan salah satu unsur kesejahteraan yang harus diwujudkan dengan cita-cita bangsa Indonesia. Setiap orang berhak memperoleh pelayanan kesehatan yang aman, bermutu, dan terjangkau serta negara bertanggung jawab mengatur agar terpenuhi hak hidup sehat bagi penduduknya termasuk bagi masyarakat miskin dan tidak mampu.

Upaya pelayanan kesehatan kepada masyarakat dilakukan secara rawat jalan bagi masyarakat yang mendapat gangguan kesehatan ringan dan pelayanan rawat inap baik secara langsung maupun melalui rujukan pasien bagi masyarakat yang mendapatkan gangguan kesehatan sedang hingga berat. Sebagian besar sarana pelayanan Rumah Sakit/Rumah Sakit dipersiapkan untuk memberikan pelayanan kesehatan dasar bagi kunjungan rawat jalan sedangkan Rumah Sakit yang dilengkapi berbagai fasilitas di samping memberikan pelayanan pada kasus rujukan untuk rawat inap juga melayani untuk kunjungan rawat jalan. Masyarakat yang menggunakan sarana pelayanan kesehatan Rumah Sakit/ Rumah Sakit di Kota Palembang dapat berasal dari berbagai golongan, baik bawah, menengah maupun atas.

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak pertengahan 1997 telah menimbulkan dampak buruk bagi dunia kesehatan. Walaupun telah berlangsung lebih dari satu dasa warsa, pada akhirnya mengakibatkan meningkatnya inflasi dan menurunnya daya beli masyarakat. Agar terus bertahan, dunia kesehatan dituntut untuk beroperasi seefektif dan seefisien mungkin dikarenakan meningkatnya biaya produksi. Demikian pula dari sisi pasien, baik pasien organisasi atau individu, mereka akan semakin selektif dan logis dalam mengambil keputusan mereka. Hal ini mengakibatkan

pentingnya bagi pelaku pelayanan kesehatan seperti Rumah Sakit, Klinik, maupun Puskesmas dalam memperhatikan tingkat kepuasan pasien.

Konsumen bagaikan udara untuk bernafas produsen, tanpa konsumen produsen akan mati. Dalam ilmu pemasaran, kepuasan konsumen adalah orientasi utamanya. Konsumen yang puas akan loyal, konsumen yang loyal akan setia mengkonsumsi produk tersebut, sehingga pada akhirnya dapat memberikan keuntungan bagi organisasi. Tantangan selanjutnya yang harus dihadapi oleh pelaku pelayanan kesehatan adalah untuk menangkap peluang timbul dari persaingan global. Hal ini tentunya bukanlah suatu usaha yang mudah dikarenakan tingkat persaingan yang semakin meningkat seiring dengan diberlakukannya AFTA dan APEC yang memungkinkan bagi berbagai perusahaan asing, termasuk Rumah Sakit dan pelayanan kesehatan asing untuk beroperasi dan melakukan penetrasi di Indonesia. Untuk mengantisipasi kemungkinan tersebut, Rumah Sakit harus secara inovatif menerapkan berbagai strategi pemasaran dan terus melakukan peningkatan di bidang kualitas layanan guna meningkatkan eksistensinya, oleh karenanya diperlukan suatu strategi yang tepat dan efektif dalam mengantisipasi persaingan tersebut.

Usaha yang telah ditetapkan sebagai bagian dari strategi untuk menghadapi kompetisi seharusnya dapat diwujudkan dan dijalankan dengan baik. Misalnya melalui program inovasi, penciptaan produk/pelayanan baru, pemanfaatan teknologi, dan meningkatkan profesionalisme manajemen karyawan. Hal ini diharapkan sehingga pelayanan terhadap pasien menjadi lebih berkualitas dan operasional jasa pelayanan kesehatan menjadi lebih efektif dan efisien.

Melihat banyaknya jasa pelayanan kesehatan sejenis yang tersebar di Palembang dan dalam rangka mengantisipasi persaingan yang semakin ketat, Pelayanan Jasa Rumah Sakit semakin penting untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan harapan pasien. Pelayanan kesehatan merupakan faktor yang sangat penting bagi masyarakat dalam menanggulangi berbagai macam penyakit yang menimpa masyarakat baik perkotaan maupun pedesaan. Atas dasar inilah Rumah Sakit sebagai tempat pelayanan kesehatan masyarakat memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu bagi masyarakat.

Mutu jasa/service, bagaimanapun merupakan faktor penting dimata pengguna jasa, dimana saat ini dapat kita lihat dengan munculnya jasa kesehatan baik dari dalam

maupun luar negeri yang diakui baik mutu proses serta pengelolaannya secara internasional dan memiliki daya saing yang sangat tinggi. Hal ini dapat terlihat mulai dari komitmen manajemen mereka, sistem pelayanan kepada konsumen, proses administrasi, pengelolaan sumber daya, proses pendukungnya, peralatan kesehatan yang memadai, obat-obatan yang tersedia, tenaga medis yang profesional bahkan dokumentasi internal maupun eksternal berjalan dengan sangat baik serta dapat memuaskan konsumen/pasien tersebut. Rumah Sakit sebagai bagian dari pelayanan publik kepada masyarakat perlu mengadakan analisis yang baik dalam hal efektifitas kinerja jasanya yang pada akhirnya diharapkan mampu menyadarkan konsumen/pasien tentang pelayanan Rumah Sakit. Selain itu juga, Rumah Sakit perlu melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran dan kualitas layanan yang dijalankan terutama terhadap sikap dan perilaku konsumen/pasien.

Berbagai upaya yang dilakukan pihak Rumah Sakit adalah upaya untuk meningkatkan pelayanan dan kemudahan kepada konsumen/pasien dengan seperti dengan membangun fasilitas dan infrastrukturnya. Dengan menempatkan unsur kualitas layanan konsumen/pasien sebagai faktor indikator penting, maka hal tersebut dapat meningkatkan kinerja dan daya saing Rumah Sakit lokal di tengah semakin gencarnya tingkat kompetisi yang terjadi saat ini.

Untuk itulah Analisis Kualitas Layanan Pusat Kesehatan Masyarakat (Rumah Sakit) dengan Studi Kasus Perbandingan antara Rumah Sakit di Kota Palembang dilakukan analisis dan evaluasi terhadap kualitas layanan (*Service Quality*) yang dijalankan oleh Rumah Sakit tersebut dengan menggunakan metode *importance performance analysis*, terutama terhadap sikap dan persepsi konsumen/pasien Rumah Sakit tersebut yang terkait dalam peningkatan kualitas layanan kepada pasien. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka sangat menarik untuk diteliti bagaimana Analisis Kualitas Layanan Kesehatan Masyarakat (Rumah Sakit) di Kota Palembang dengan menggunakan Metode *Importance-Performance Analysis*.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimanakah Kualitas Layanan (*Service Quality*) Rumah

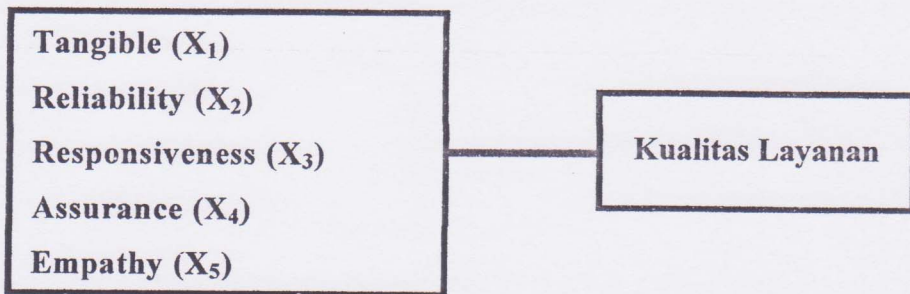
Sakit di Kota Palembang, serta atribut-atribut apakah yang perlu diperbaiki dan atribut-atribut apakah yang perlu dipertahankan dalam memberikan kepuasan pada pasien (*Customer Satisfaction*).

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitan ini adalah untuk mengetahui tingkat Kualitas Layanan (*Service Quality*) Rumah Sakit di Kota Palembang, serta mengetahui atribut-atribut apakah yang perlu diperbaiki dan atribut-atribut apakah yang perlu dipertahankan dalam memberikan kepuasan pada pasien (*Customer Satisfaction*).

### 1.4. Kerangka Penelitian

Gambar 1.1.  
Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber : Zeithaml, Valerie, Parasuraman, L. Bery  
(*Delivering Quality Service balancing customer Perception and Expectation*)

Dalam penelitian ini akan dilakukan *importance performance analysis* untuk menilai kualitas layanan Rumah Sakit di Kota Palembang, sehingga dapat diketahui atribut yang perlu diperbaiki dan dipertahankan dengan menggunakan 5 dimensi *service quality* yaitu *Tangible (X1)*, *Reliability (X2)*, *Responsiveness (X3)*, *Assurance (X4)*, dan *empathy (X5)*.

### 1.5. Kontribusi Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu ekonomi pada bidang ilmu manajemen pemasaran khususnya pada bidang ilmu Manajemen Pemasaran Jasa. Dengan diketahuinya posisi merek, maka pihak Rumah

## BAB II

# LANDASAN TEORI

Rumah Sakit adalah penyedia jasa kesehatan kepada masyarakat, dengan demikian strategi pelayanan Rumah Sakit juga akan melahirkan jasa pelayanan, usaha promosi, tarif jasa dan tempat pelayanan. Sehingga pada akhirnya dengan strategi pemasaran melalui *marketing mix* akan dapat membentuk perilaku konsumen yang dapat dipantau dan akhirnya Rumah Sakit dapat merumuskan strategi yang tepat untuk menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen/pasiennya.

Salah satu aspek penting dalam riset pemasaran adalah mengidentifikasi bagaimana karakter keinginan dan kebutuhan konsumen akan suatu produk/jasa. Karakter pasar pada dasarnya merupakan gambaran perilaku rata-rata konsumen terhadap produk/jasa tertentu, dan kecenderungan perubahannya yang dapat mempengaruhi pasar. Perilaku konsumen berbeda antar daerah dan antar segmen. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi. Faktor-faktor tersebut berpengaruh langsung terhadap minat. Selain itu kepribadian seseorang juga akan membentuk persepsi dan motivasinya.

Dikala persaingan semakin ketat, maka produsen berusaha menawarkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kekuatan tawar menawar besar sekali pada pihak konsumen, maka produsen harus menempatkan perhatiannya pada kepuasan konsumen (Ali Hasan,2009)

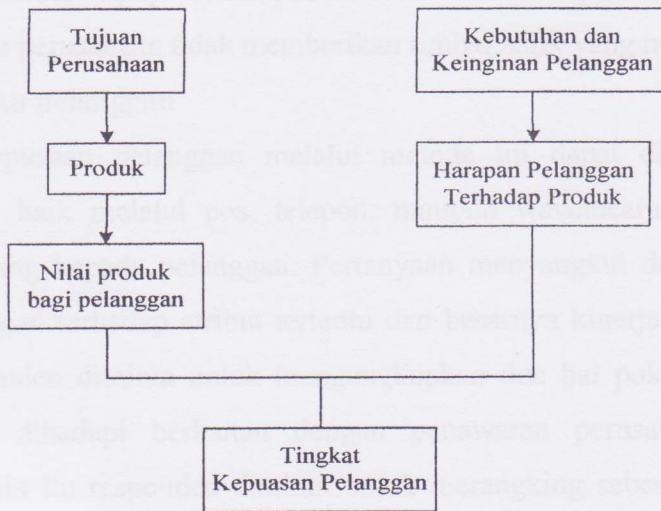
Oliver (1980) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purna beli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Walker (1995) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara produk yang dirasakan dengan yang diprediksi sebelum produk dibeli/dikonsumsi. Jika yang dirasakan konsumen melebihi dugaannya, konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika yang dirasakan lebih rendah dari harapannya, konsumen akan merasa tidak puas.

Berbagai dampak yang mungkin muncul atas kinerja produk berkaitan dengan kepuasan konsumen (Ali Hasan, 2009):

- a. Kinerja produk sangat jelek, berarti kinerja produk sangat jauh dari yang diharapkan oleh pelanggan, pelanggan akan marah-marah, mencaci maki dan sikap negatif lainnya, tidak hanya itu pelanggan akan bercerita kepada orang lain, kepada media cetak, elektronik tentang kejelekan dan kekecewaan yang dialaminya.
- b. Kinerja produk kurang baik, berarti pelanggan merasa kurang puas, dan menilai bahwa produk tidak pantas sebagai alternatif yang mampu memenuhi kebutuhannya. Akibatnya pelanggan akan melarang orang lain, koleganya untuk membeli produk yang bersangkutan.
- c. Kinerja produk cukup baik, berarti kinerja berada di bawah harapan pelanggan, akibatnya pelanggan tidak begitu respek pada produk, pelanggan mungkin memilih sikap apatis jika ada pertanyaan mengenai kinerja produk yang bersangkutan.
- d. Kinerja produk baik atau biasa-biasa saja, berarti pelanggan puas, reaksi pelanggan biasa-biasa saja, tetapi tidak bercerita banyak kepada orang lain tentang kinerja yang dirasakannya.
- e. Kinerja produk sangat baik. Jika kondisi ini yang terjadi, berarti kinerja produk melebihi harapan pelanggan, sehingga pelanggan merasa sangat puas, pelanggan akan dengan senang hati menceritakan kepuasannya kepada orang lain mengenai produk yang dirasakannya. Kondisi inilah yang merupakan garansi terjadinya pembelian ulang, penambahan pelanggan baru, dan sebagainya.

Menurut Philip Kotler (2008) menyatakan bahwa untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Pelanggan yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga, menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan dan lebih sedikit biaya untuk melayani pelanggan ini ketimbang pelanggan baru karena transaksinya bersifat rutin. Kotler (2008) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

**Gambar 2.1.**  
**Konsep Kepuasan Pelanggan**



**Sumber: Kotler (2008)**

Berdasarkan Gambar 2 dapat dijelaskan bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas, dimana pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan juga harus mampu memberikan nilai bagi pelanggan untuk mendukung tujuan tersebut. Ditinjau dari sisi konsumen, adanya kebutuhan yang dirasakan mendasar bagi seseorang untuk kesejahteraannya juga sangat menentukan harapannya, dimana kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologis. Umumnya faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan. Harapan pelanggan mempunyai peran yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan, dalam mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya.

Menurut Kotler (2008) ada beberapa metode yang dapat digunakan perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan, antara lain:

### **1. Sistem keluhan dan saran**

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Informasi yang didapat merupakan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga

memungkinkannya untuk memberi respon secara cepat dan tanggap terhadap masalah yang timbul. Upaya mendapatkan saran dari pelanggan sulit diwujudkan, terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan timbal balik yang memadai.

## 2. **Survei kepuasan pelanggan**

Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi dengan bertanya langsung kepada pelanggan. Pertanyaan menyangkut dua hal, misalnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang pelanggan rasakan. Responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok yaitu tentang masalah yang dihadapi berkaitan dengan penawaran perusahaan dan saran perbaikan. Selain itu responden diminta untuk merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atau atribut.

## 3. **Ghost shopping**

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Maksud metode ini akan menemukan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing.

## 4. **Lost customer analysis**

Metode ini, perusahaan mendatangi pelanggan yang telah menghentikan pembeliannya. Tujuannya untuk memperoleh informasi penyebab terjadinya pemberhentian tersebut. Informasi ini bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

Meskipun demikian, dalam suatu perusahaan yang telah menyampaikan jasanya dengan baik, tetap saja ada pelanggan yang tidak puas atau kecewa. Penyebabnya ada dua faktor, yaitu:

1. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan oleh perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam yang molor, kesalahan pencatatan transaksi dan lainnya.
2. Faktor eksternal yang diluar kendali perusahaan, seperti faktor cuaca, gangguan pada infrastruktur umum dan masalah pribadi.

Bila dilihat bahwa kepuasan konsumen mempunyai arti yang sangat kompleks, artinya konsumen akan merasa puas apabila kebutuhannya terpenuhi, puas dengan sistem pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Jadi hubungan antara pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat erat, dan hal ini harus benar-benar



diperhatikan oleh pihak perusahaan, sebab adanya kepuasan konsumen dalam jangka panjang akan banyak memberikan keuntungan bagi perusahaan. Sebaliknya apabila terjadi ketidakpuasan terhadap pelanggan maka pihak perusahaan harus segera berusaha memperbaiki pelayanannya kepada konsumen.

Dimensi-dimensi kualitas pelayanan harus diramu dengan baik, meskipun hal ini tidak semudah yang dibayangkan. Dapat saja terjadi kesenjangan antara perusahaan dan masyarakat/pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan. Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman et.al mengenai *consumer perceived quality* pada enam industri jasa, teridentifikasi lima gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

**1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.**

Pada kenyataannya pihak manajemen tidak selalu dapat memahami apa yang menjadi keinginan pelanggannya secara tepat. Akibatnya tidak tahu bagaimana mendesain jasa tersebut.

**2. Gap antara persepsi manajemen.**

Dalam hal ini manajemen mampu memahami apa yang diinginkan pelanggan, tetapi manajemen tidak menyusun standar kinerja tertentu yang jelas. Hal ini dapat terjadi karena tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen total pihak manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya yang dibutuhkan, dan karena adanya kelebihan permintaan.

**3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.**

Ada beberapa penyebab gap ini, misalnya karyawan kurang terlatih, beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standar kinerja, dan tidak mau memenuhi standar kinerja yang ditetapkan.

**4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.**

Sering kali harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi.

**5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.**

Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

# BAB III

## METODE PENELITIAN

### 3.1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian dalam penelitian ini menggunakan riset eksploratori dan riset konklusif deskriptif dalam bentuk *single cross sectional*. Riset eksploratori digunakan untuk menggali informasi lebih dalam dari data yang bersifat kategori, sedangkan riset konklusif digunakan untuk menguji hipotesis spesifik dan menguji hubungannya. Peneliti menggunakan jenis riset ini karena dianggap dapat menggambarkan kondisi yang ada secara utuh dan mudah untuk dianalisis.

### 3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen/pasien Rumah Sakit di Kota Palembang. Sedangkan penentuan sampel Rumah Sakit di Kota Palembang menggunakan teknik *Non Probability sampling* yaitu setiap anggota populasinya tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Kemudian dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu metode yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, akan dipilih 8 Rumah Sakit di Kota Palembang.

Pemilihan responden di setiap sampel Rumah Sakit dengan metode *Convenience Sampling*, dimana sampel diambil secara random sebanyak 250 responden dengan pembagian masing-masing Rumah Sakit sebesar 30 responden, sehingga sampel yang terpilih tersebut diharapkan dapat memberikan informasi / data sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat mewakili keseluruhan jumlah populasi.

Adapun Rumah Sakit yang dijadikan sampel adalah :

1. Rumah Sakit Umum Pusat Muhamad Hoesin
2. Rumah Sakit Bari
3. Rumah Sakit Pusri
4. Rumah Sakit Charitas
5. Rumah Sakit AK Ghani
6. Rumah Sakit Bayangkara
7. Rumah Sakit YK Madira

### 3.3. Variabel Penelitian

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah variabel-variabel dalam dimensi Kualitas Layanan yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*, yang dapat digunakan sebagai indikator kualitas layanan.

1. *Tangible* (Wujud Fisik), meliputi wujud fisik Rumah Sakit yang dapat terlihat dan mencerminkan Rumah Sakit.
2. *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan kepada pasien sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kemampuan untuk menolong pasien dan ketersediaan untuk melayani pasien dengan baik.
4. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan, kesopanan perawat, dokter dan petugas lainnya serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pasien dapat terbebas dari resiko.
5. *Empathy* (Perhatian), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pasien serta memahami kebutuhan pasien.

Kelima dimensi kualitas layanan tersebut dibagi menjadi dua bagian utama yaitu :

1. Variabel Kepentingan (*Importance*), merupakan persepsi konsumen terhadap ekspektasi Pelayanan Jasa Rumah Sakit.
2. Variabel Kinerja (*Performance*), merupakan persepsi konsumen terhadap kenyataan Pelayanan Jasa Rumah Sakit.

Metode pengukuran digunakan skala semantik diferensial 1 sampai 6. Untuk mengukur indikator kepentingan digunakan skala semantik diferensial tersebut yaitu nilai 1 (sangat tidak penting) sampai dengan nilai 6 (sangat penting). Untuk mengukur indikator kinerja skala semantik diferensial yang digunakan adalah nilai 1 (sangat tidak baik) sampai dengan nilai 6 (sangat baik).

### 3.4. Instrumen Penelitian

Alat utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk mencari data atau referensi yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam hal mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti

## HASIL DAN PEMBAHASAN

## 4.1. Profil Responden

Tabel 4.1  
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Bari	AKGari	Bayangkara	Charitas	Mmrd	Pusri	YKMadra	RSUP	Jumlah
Laki-laki	10	11	32	16	36	27	19	5	156
Perempuan	23	22	18	50	14	23	31	33	214
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>50</b>	<b>66</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>38</b>	<b>370</b>

Sumber : kuisioner penelitian

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa dari total 370 responden, 214 total pasien rumah sakit yang ada di kota Palembang didominasi oleh perempuan dan total 156 orang merupakan pasien laki-laki. Hampir semua rumah sakit pasiennya didominasi oleh perempuan dengan jumlah 6 rumah sakit, hanya rumah sakit Pusri dan Muhammadiyah yang pasiennya didominasi oleh laki-laki. Hasil dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pihak rumah sakit yang ada di kota Palembang bisa meningkatkan mutu dari kualitas layanan yang lebih fokus kepada kaum perempuan. Misalnya memperbanyak kebutuhan pasien perempuan.

Tabel 4.2  
Usia

Usia	Bari	AKGari	Bayangkara	Charitas	Mmrd	Pusri	YKMadra	RSUP	Jumlah
< 20tahun	1	14	24	8	7	12	3	11	80
20-30tahun	16	13	11	32	20	16	31	19	158
31-40tahun	9	4	6	13	8	8	7	0	55
41-50tahun	5	2	4	11	10	5	6	5	48
51-55tahun	0	0	2	1	2	5	3	1	14
> 55tahun	2	0	3	1	3	4	0	2	15
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>50</b>	<b>66</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>38</b>	<b>370</b>

Sumber : kuisioner penelitian

Berdasarkan dari tabel usia di atas dapat dilihat bahwa, dari total 370 responden, 158 pasien rumah sakit di kota Palembang merupakan orang-orang dengan usia produktif, dengan rentang usia antara 20-30 tahun. Sebaliknya, jumlah pasien rumah sakit di kota Palembang yang paling sedikit jumlahnya merupakan pasien dengan rentang usia antara 51-55 tahun dan diikuti oleh pasien dengan umur >55 tahun. Dapat

disimpulkan bahwa pihak rumah sakit bisa memberikan pemahaman serta perhatian yang lebih, karena pada usia ini, pasien memiliki tingkat pengetahuan dan pemahaman yang minim misalnya tentang penyakit yang mereka derita, serta memberikan solusi untuk mencegah dan menghindari penyakit yang mereka derita.

**Tabel 4.3**  
**Agama**

Agama	Bari	AKGari	Bayangkara	Charitas	Mmrd	Pusri	YKMadira	RSUP	Jumlah
Islam	33	33	49	58	50	50	49	38	360
Kristen Protestan	0	0	0	2	0	0	1	0	3
Kristen Katolik	0	0	1	3	0	0	0	0	4
Hindu	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Budha	0	0	0	3	0	0	0	0	3
Lainnya	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>50</b>	<b>66</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>38</b>	<b>370</b>

Sumber : kuisioner penelitian

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa pasien rumah sakit yang ada di kota Palembang didominasi oleh pasien yang beragama Islam, dengan jumlah total 360 pasien dari 8 rumah sakit yang ada di kota Palembang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pihak rumah sakit dituntut untuk bisa menyediakan tempat ibadah umat muslim berupa mushola atau masjid, tempat wudhu serta perlengkapan dan peralatan lainnya untuk menunjang kebutuhan ibadah.

**Tabel 4.4**  
**Pendidikan**

Pendidikan	Bari	AKGari	Bayangkara	Charitas	Mmrd	Pusri	YKMadira	RSUP	Jumlah
Di bawah SMU/ sederajat	10	0	7	4	11	3	7	5	47
SMU/ sederajat	15	33	35	34	24	26	15	23	205
Perguruan Tinggi	8	0	8	28	15	21	28	10	118
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>50</b>	<b>66</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>38</b>	<b>370</b>

Sumber : kuisioner penelitian

Tabel 4.4 di atas menjelaskan bahwa jumlah terbanyak dengan total 205 pasien rumah sakit yang ada di kota Palembang merupakan pasien dengan tingkat pendidikan SMU/ sederajat. Sedangkan pasien yang paling sedikit merupakan pasien dengan tingkat pendidikan di bawah SMU/ sederajat. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pasien rumah sakit yang ada di kota Palembang, belum bisa dikatakan memiliki pendidikan yang tinggi, pihak rumah sakit dalam hal ini disarankan untuk tidak menggunakan peralatan-peralatan atau bahasa yang sulit untuk dimengerti pasien demi keamanan dan kenyamanan serta kesembuhan dari pasien tersebut.

Tabel 4.7  
Alasan Utama

Alasan Utama	Bai	AGri	Bangka	Caitas	Mind	Rai	YKMa	RSP	Jumlah	%
Lokasi Mudah Dijangkau	18	10	11	8	29	23	29	20	148	400
Pelayanan yang Cepat	6	6	10	14	6	5	6	1	54	149
Harga Terjangkau	4	4	6	0	12	1	2	2	31	83
Fasilitas yang Baik	3	6	11	30	1	17	10	8	86	224
SDM Berkualitas	0	3	4	12	1	0	2	1	23	62
Lama (Gais, Ales dll)	2	4	8	2	1	4	1	6	28	75
<b>Jumlah</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>50</b>	<b>66</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>33</b>	<b>30</b>	<b>10</b>

Sumber : kuisisioner penelitian

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa alasan utama mengapa pasien memilih rumah sakit tersebut dikarenakan lokasi yang mudah dijangkau, dengan persentase 40% atau sebanyak 148 pasien memilih alasan tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pihak rumah sakit tidak perlu melakukan promosi melalui iklan yang berlebihan, karena akan banyak mengeluarkan biaya tetapi tidak efektif. Tapi, pihak perusahaan bisa meningkatkan dan memperbaiki fasilitas rumah sakit serta mempercepat pelayanan rumah sakit.

Tabel 4.8  
Faktor Utama

Faktor Utama	Bai	AGri	Bangka	Caitas	Mind	Rai	YKMa	RSP	Jumlah	%
Rekomendasi	8	5	14	9	3	23	23	24	149	407
Garis/Rekre	0	2	0	0	0	0	0	1	3	08
Faktor kenyamanan	10	10	18	15	5	17	12	6	93	254
Kualitas	8	3	10	41	9	7	15	4	97	252
Lama (ales, gas)	7	3	8	1	3	3	0	3	28	75
<b>Jumlah</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>50</b>	<b>66</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>33</b>	<b>30</b>	<b>10</b>

Sumber : kuisisioner penelitian

Dari data tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa 149 pasien menjawab rekomendasi sebagai faktor utama mereka memilih rumah sakit yang mereka datangi. Sebanyak 97 pasien menjawab kualitas sebagai faktor utama mereka memilih rumah sakit tersebut. Dapat disimpulkan bahwa promosi yang paling efektif yang bisa dilakukan oleh pihak

rumah sakit adalah melalui mulut ke mulut dengan meningkatkan kualitas dari pelayanan rumah sakit agar mereka lebih percaya serta puas dengan apa yang telah diberikan oleh pihak rumah sakit.

**Tabel 4.9**  
**Orang yang Mempengaruhi**

Orang yang Mempengaruhi	Diri	AKG	Bayar	Orang	Orang	Rai	YK	RUP	Jumlah	%
Diri Sendiri	17	4	21	31	15	14	17	6	128	34,59
Pihak Keluarga	11	11	17	5	10	22	7	17	100	27,03
Teman/Rele	2	2	1	18	6	2	18	1	45	12,16
Pemerintah/Dokter	2	15	2	2	11	3	4	10	49	13,28
Pasien/Awasi	1	1	7	6	7	9	9	4	44	11,93
Lainya	0	0	2	1	1	0	0	0	4	1,08
<b>Jumlah</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>50</b>	<b>66</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>33</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Sumber : kuisioner penelitian

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa 128 pasien atau 34,59% menjawab orang yang mempengaruhi mereka untuk datang ke rumah sakit tersebut adalah diri mereka sendiri dan diikuti oleh pihak keluarga sebanyak 100 orang atau 27,03%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pihak rumah sakit harus bisa meyakinkan si pasien itu sendiri bahwa pihak rumah bisa memberikan yang terbaik untuk keamanan, kenyamanan dan kesehatan pasien.

Tabel 4.10

### Rekapitulasi Gap Kepuasan dibandingkan Harapan Pasien Rumah Sakit di Kota Palembang

NO	VARIABEL	RS BARI (N=33)			RS AK GANI (N=33)			RS BAYANGKRA (N=50)			RS CHARITAS (N=66)		
		KPTG	KPSN	GAP	KPTG	KPSN	GAP	KPTG	KPSN	GAP	KPTG	KPSN	GAP
1	Penampilan eksterior Rumah Sakit secara visual (T01)	5.03	4.49	-0.55	5.42	5.39	-0.03	4.84	4.42	-0.42	4.82	4.70	-0.12
2	Fasilitas yang rapi, bersih dan nyaman (T02)	5.39	3.97	-1.42	5.61	4.49	-1.12	5.64	4.56	-1.08	5.73	5.30	-0.42
3	Penampilan karyawan yang energik, rapi dan bersih (T03)	4.00	4.94	0.94	5.73	4.46	-1.27	5.44	4.62	-0.82	5.36	5.47	0.11
4	Penyediaan sarana pelayanan (Apotik, R. Tunggu, WC, dll) (T04)	5.55	4.97	-0.58	5.67	4.46	-1.21	5.54	4.58	-0.96	5.46	5.11	-0.35
5	Penataan interior Rumah Sakit (T05)	5.30	4.85	-0.46	5.52	4.46	-1.06	5.08	4.38	-0.70	5.03	4.88	-0.15
6	Keandalan dan ketepatan penanganan pasien (R06)	5.97	4.76	-1.21	5.64	4.36	-1.27	5.56	4.74	-0.82	5.42	5.46	0.04
7	Ketepatan melakukan diagnosa (R07)	5.88	4.73	-1.15	5.76	4.33	-1.42	5.64	4.78	-0.86	5.85	5.27	-0.58
8	Pegawai memahami jasa pelayanan dengan baik (R08)	5.73	4.88	-0.85	5.45	4.27	-1.18	5.06	4.66	-0.40	5.56	5.11	-0.46
9	Kesungguhan dalam melayani pasien (R09)	4.06	4.70	0.64	5.64	4.24	-1.39	5.68	4.70	-0.98	5.62	5.21	-0.41
10	Memiliki program perawatan yang bervariasi (Rs10)	5.70	4.82	-0.88	5.42	4.24	-1.18	5.26	4.72	-0.54	5.08	4.91	-0.17
11	Lamanya menunggu dilayani / antrian (Rs11)	5.52	4.61	-0.91	5.70	4.18	-1.52	5.16	4.28	-0.88	5.47	4.91	-0.56
12	Ketepatan pelayanan (Rs12)	5.85	4.58	-1.27	5.55	4.18	-1.36	5.26	4.40	-0.86	5.61	5.44	-0.17
13	Memberikan informasi secara tepat dan lengkap (Rs13)	5.73	4.58	-1.15	5.12	4.18	-0.94	5.62	4.54	-1.08	5.67	5.23	-0.44
14	Memberi rasa aman dalam pelayanan (As14)	5.85	4.70	-1.15	5.79	4.15	-1.64	5.64	4.76	-0.88	5.64	5.17	-0.47
15	Ketrampilan dan profesionalisme dalam pelayanan (As15)	5.82	4.82	-1.00	5.55	4.15	-1.39	5.74	4.64	-1.10	5.55	5.44	-0.11
16	Perhatian & pelayanan saat mengajukan protes / kritik (Em16)	5.58	4.61	-0.97	4.79	4.12	-0.67	5.42	4.58	-0.84	5.58	5.11	-0.47
17	Mengenal pasien secara pribadi (Em17)	4.88	4.00	-0.88	5.00	4.09	-0.91	4.90	4.10	-0.80	4.62	4.58	-0.05
18	Permohonan maaf atas pelayanan yang kurang baik (Em18)	5.27	4.24	-1.03	4.73	3.88	-0.85	5.56	4.48	-1.08	5.36	5.02	-0.35
<b>NILAI RATA-RATA</b>		<b>5.39</b>	<b>4.62</b>	<b>-0.77</b>	<b>5.45</b>	<b>4.31</b>	<b>-1.13</b>	<b>5.39</b>	<b>4.55</b>	<b>-0.84</b>	<b>5.41</b>	<b>5.13</b>	<b>-0.28</b>

Sumber : kuisioner penelitian

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa R.S. AK GANI memiliki gap yang paling besar di antara rumah sakit yang lain dengan nilai rata-rata gap sebesar -1.13. Sedangkan R.S. Charitas memiliki gap terendah dengan nilai rata-rata -0,28.

Tabel 4.10

### Rekapitulasi Gap Kepuasan dibandingkan Harapan Pasien Rumah Sakit di Kota Palembang

NO	VARIABEL	RS MUHAMADD (N=50)			RS PUSRI (N=50)			RS YK MADIRA (N=50)			RSUP M HOESIN (N=38)		
		KPTG	KPSN	GAP	KPTG	KPSN	GAP	KPTG	KPSN	GAP	KPTG	KPSN	GAP
1	Penampilan eksterior Rumah Sakit secara visual (T01)	4.64	4.09	-0.55	4.50	4.06	-0.44	4.47	4.10	-0.37	4.63	4.03	-0.61
2	Fasilitas yang rapi, bersih dan nyaman (T02)	5.10	4.00	-1.10	5.36	4.44	-0.92	5.29	4.41	-0.88	6.63	3.76	-2.87
3	Penampilan karyawan yang energik, rapi dan bersih (T03)	4.88	3.78	-1.10	5.04	4.40	-0.64	5.27	4.29	-0.98	4.97	3.74	-1.24
4	Penyediaan sarana pelayanan (Apotik, R. Tunggu, WC, dll) (T04)	5.22	4.22	-1.01	5.39	4.50	-0.89	5.12	4.57	-0.55	5.42	3.87	-1.55
5	Penataan interior Rumah Sakit (T05)	4.72	4.13	-0.59	4.66	4.16	-0.50	4.82	4.14	-0.67	4.68	3.87	-0.82
6	Keandalan dan ketepatan penanganan pasien (R06)	5.04	3.95	-1.09	5.38	4.46	-0.92	5.49	4.63	-0.86	5.61	3.74	-1.87
7	Ketepatan melakukan diagnosa (R07)	5.04	4.28	-0.76	5.40	4.60	-0.80	5.33	4.71	-0.61	5.63	4.08	-1.55
8	Pegawai memahami jasa pelayanan dengan baik (R08)	4.86	3.92	-0.94	5.36	4.58	-0.78	5.16	4.53	-0.63	5.34	3.68	-1.66
9	Kesungguhan dalam melayani pasien (R09)	4.93	3.86	-1.08	5.42	4.54	-0.88	5.43	4.43	-1.00	5.53	3.68	-1.84
10	Memiliki program perawatan yang bervariasi (Rs10)	4.46	3.83	-0.63	4.68	4.18	-0.50	5.02	4.27	-0.76	4.95	3.82	-1.13
11	Lamanya menunggu dilayani / antrian (Rs11)	3.99	3.03	-0.95	4.84	3.84	-1.00	5.00	4.94	-0.06	5.05	3.29	-1.76
12	Ketepatan pelayanan (Rs12)	5.11	3.64	-1.47	5.48	4.18	-1.30	5.59	4.39	-1.20	5.45	3.26	-2.18
13	Memberikan informasi secara tepat dan lengkap (Rs13)	4.93	3.92	-1.01	5.44	4.30	-1.14	5.41	4.49	-0.92	5.55	3.71	-1.84
14	Memberi rasa aman dalam pelayanan (As14)	5.13	3.97	-1.16	5.20	4.36	-0.84	5.35	4.59	-0.76	5.47	3.71	-1.76
15	Ketrampilan dan profesionalisme dalam pelayanan (As15)	5.00	4.12	-0.88	5.24	4.14	-1.10	5.39	4.18	-1.20	5.45	3.79	-1.66
16	Perhatian & pelayanan saat mengajukan protes / kritik (Em16)	4.48	3.53	-0.95	5.00	4.08	-0.92	5.06	4.04	-1.02	4.97	3.26	-1.71
17	Mengenal pasien secara pribadi (Em17)	3.80	3.14	-0.65	4.04	3.74	-0.30	4.33	3.90	-0.43	3.84	2.79	-1.05
18	Permohonan maaf atas pelayanan yang kurang baik (Em18)	4.56	3.31	-1.25	5.16	3.92	-1.24	4.96	4.08	-0.88	4.95	3.05	-1.89
<b>NILAI RATA-RATA</b>		<b>4.77</b>	<b>3.82</b>	<b>-0.95</b>	<b>5.09</b>	<b>4.25</b>	<b>-0.84</b>	<b>5.14</b>	<b>4.37</b>	<b>-0.77</b>	<b>5.23</b>	<b>3.62</b>	<b>-1.61</b>

Sumber : kuisioner penelitian



**Tabel 4.13**  
**Atribut yang Perlu Dipertahankan**

NO	VARIABEL	N	PERFORMANCE
1	Fasilitas yang rapi, bersih dan nyaman (T02)	370	4.37
2	Penyediaan sarana pelayanan (Apotik, R. Tunggu,WC, dll) (T04)	370	4.53
3	Keandalan dan ketepatan penanganan pasien (RI06)	370	4.51
4	Ketepatan melakukan diagnosa (RI07)	370	4.60
5	Pegawai memahami jasa pelayanan dengan baik (RI08)	370	4.45
6	Kesungguhan dalam melayani pasien (RI09)	370	4.42
7	Memiliki program perawatan yang bervariasi (Rs10)	370	4.35
8	Memberikan informasi secara tepat dan lengkap (Rs13)	370	4.37
9	Memberi rasa aman dalam pelayanan (As14)	370	4.43
10	Ketrampilan dan profesionalisme dalam pelayanan (As15)	370	4.41

Sumber : kuisioner penelitian

Data di atas dapat dijelaskan bahwa pihak rumah sakit yang ada di kota Palembang harus bisa mempertahankan variabel-variabel di atas demi menjaga kepuasan pasien serta meningkatkan kualitas pelayanan rumah sakit.

#### 4.4 Diagram Cartesius

Hasil pengukuran jasa-jasa ini berdasarkan tingkat harapan/kepentingan dan kinerja yang memungkinkan pihak rumah sakit yang ada di kota Palembang untuk dapat menitik beratkan usaha-usaha perbaikan untuk hal-hal atau variabel yang benar-benar dianggap penting oleh konsumen.