

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP JASA KESEHATAN RAWAT JALAN DI RSIA – XYZ

*Hermanto MZ*¹⁶⁾

Abstrak: Kualitas pelayanan merupakan faktor utama perusahaan pemberi jasa dalam menghadapi persaingan pasar, oleh sebab itu rumah sakit sebagai perusahaan jasa merasa perlu melakukan perbaikan terhadap sistem pelayanant. Analisis kepuasan pelanggan ini dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu metode *Importance Performance Analysis* dan *Potential Gain in Costumer Value*.

Dari 18 atribut valid yang ditanyakan kepada pasien di RSIA-XYZ, terdapat 2 atribut yang membutuhkan perhatian lebih dari pihak rumah sakit, sehingga menjadi prioritas perbaikan. Atribut yang pertama yaitu tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan (P7) dengan tingkat kesesuaian 83,9% dan jadwal pelayanan rumah sakit dengan tepat dimana tingkat kesesuaian 85,4% (P3).

Dengan metode *Potential Gain in Costumer Value* menghasilkan urutan prioritas perbaikan pelayanan sebagai berikut, Atribut pertama yaitu tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan dengan indeks PGCV 4,33 dan atribut kedua yaitu jadwal pelayanan rumah sakit dengan tepat dimana indeks PGCV 4,32. Dari hasil pengolahan data Tingkat kesesuaian dan PGCV, ternyata mengasilkan urutan prioritas perbaikan yang sama.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Validitas, Reliabilitas, *Importance Performance Analysis (IPA)*, *Potential Gain in Costumer Value (PGCV)*

Abstract: *Quality of service is a major factor company provider of services in the face of market competition, and therefore the hospital as a service company felt the need to make improvements to the service system. Analysis home party customer satisfaction is done using two methods: Importance Performance Analysis and Potential Gain in customer Value.*

Of the 18 attributes valid asked of patients in RSIA - XYZ, there are two attributes that require more attention from the hospital, so that it becomes a priority repair. The first attribute that swift action when the patient requires (P7) with a concordance rate of 83.9% and a schedule of hospital services exactly where the concordance rate of 85.4% (P3).

With the method in Customer Value Potential Gain generate service improvement priority order as follows, first attribute that swift action when a patient needs to PGCV index of 4.33 and a second attribute that schedule hospital services exactly where PGCV index of 4.32. From the data processing Suistability and PGCV, turns produce same order of priority improvements.

Keywords: *Quality of service, Validity, Reliability, Importance Performance Analysis (IPA), Potential Gain in Customer Value (PGCV)*

¹⁶⁾ Dosen Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tridianti Palembang.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menurut Kotler kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (prestasi kerja) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, itu berarti pelanggan tidak puas. Jika yang terjadi sebaliknya maka akan menyebabkan kehilangan minat pasien untuk berobat. Kepuasan masyarakat merupakan salah satu indikator kualitas atau mutu pelayanan yang diberikan oleh *provider*, dan kepuasan masyarakat adalah suatu modal untuk mendapatkan pasien yang loyal (setia). Pasien yang loyal cenderung akan menggunakan kembali pelayanan kesehatan yang

sama bila mereka membutuhkan lagi. Bahkan telah diketahui bahwa pasien yang loyal atau setia akan mengajak orang lain untuk menggunakan fasilitas pelayanan kesehatan yang sama (Wijono, 2000).

Demikian pula halnya dengan rumah sakit sebagai pemberi jasa, masalah mutu pelayanan kesehatan sebenarnya bukanlah hal yang baru. Apalagi persaingan di antara rumah sakit di Palembang saat ini. Berbeda dengan kualitas barang, kualitas jasa tidak begitu mudah diketahui, seperti halnya pelayanan kesehatan. Kecenderungan yang terjadi pada masyarakat Indonesia akhir-akhir ini. Mereka memilih berobat di luar negeri dari pada di negeri sendiri.

Persaingan yang ada tidak hanya terjadi di antara dalam negeri dan luar negeri tetapi terjadi di dalam negeri sendiri (lokal). Hal ini terjadi

seiring dengan masuknya investor-investor asing sebagai dampak globalisasi yang sudah tentu mempunyai standar kerja yang jelas di bidang kesehatan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pelayanan. Kebutuhan akan pelayanan kesehatan sangat besar. Untuk mengejar pengadaan pelayanan kesehatan ini tidak mungkin hanya mengandalkan pemerintahan ataupun yayasan sosial, sehingga sektor bisnis swasta mendapat peluang yang semakin besar dalam penyelenggaraan rumah sakit. Sementara itu pemerintah telah mengutarakan keinginannya untuk menjadikan rumah sakit pemerintah mandiri melalui swadaya. Rencana pemerintahan itu telah diumumkan pada tahun 1991. Ini berarti rumah sakit akan meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik dari pada sebelumnya. Sehingga rumah sakit swasta pun harus dapat meningkatkan pelayanan dan fasilitasnya menjadi lebih baik lagi. Kualitas pelayanan juga merupakan suatu cara untuk membandingkan antara persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan pasien, meningkatkan kualitas pelayanan untuk kepuasan konsumen merupakan langkah awal keberhasilan suatu industri jasa untuk masa yang akan datang dalam hubungan dengan penciptaan nilai kepuasan konsumen. Umumnya masalah pelayanan sebuah Rumah sakit terkait dengan kualitas sumber daya manusia (tingkat kinerja) pada Rumah sakit tersebut. Jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang perbaikan kualitas layanan di Rumah sakit dengan judul “ **Analisis Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Jasa Kesehatan Rawat Jalan Di RSIA - XYZ** “

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah antara lain:

1. Kurangnya perhatian yang dilakukan pihak rumah sakit dalam mencermati kepuasan pasien.
2. Kurangnya fasilitas dan pelayanan yang diberikan rumah sakit kepada pasien.
3. Kurang maksimalnya penanganan yang diberikan pihak rumah sakit kepada pasien.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini memiliki rumusan masalah

yaitu apakah tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan (*Satisfaction*) konsumen terhadap kinerja (*Performance*) pelayanan RSIA - XYZ sudah sesuai dengan keinginan pasien dan bagaimana perbandingan prioritas perbaikan layanan berdasarkan Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*?

Batasan Masalah

Agar sesuai dengan tujuan penelitian, dan dapat memberikan hasil yang maksimal serta untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan, perlu dilakukan beberapa pembatasan. Adapun batasan masalah yang digunakan ialah :

1. Penelitian ini dilakukan pada pasien rawat jalan di RSIA- XYZ
2. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara acak kepada para pasien rawat jalan.
3. Hal-hal yang diteliti berupa tingkat kepentingan pasien dan tingkat kinerja RSIA-XYZ

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Melakukan analisis untuk melihat kesesuaian antara tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan (*Satisfaction*) pasien terhadap kinerja (*Performance*) kualitas pelayanan RSIA - XYZ
2. Mengetahui kriteria-kriteria yang menjadi prioritas perbaikan layanan berdasarkan Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)* dalam meningkatkan kualitas RSIA – XYZ

Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian lebih terarah, sesuai dengan tujuan penelitian, dan dapat memberikan hasil yang maksimal serta untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan, perlu dilakukan beberapa ruang lingkup penelitian.

1. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara acak dan tertutup
2. Hal-hal yang diteliti berupa tingkat kepentingan pasien dan tingkat kinerja RSIA – XYZ

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Definisi Kepuasan Konsumen

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, maka rumah sakit memiliki konsumen tersendiri yang membutuhkan pelayanan yang terbaik. Untuk itu perlu dijelaskan terlebih dahulu apa yang disebut konsumen. Menurut Kotler (1994) konsumen adalah semua orang dan rumah tangga yang membeli atau menerima barang atau jasa bagi konsumen pribadi

Menurut Kotler (1994) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen merupakan masalah yang sering kali kurang diperhatikan oleh perusahaan, padahal sebenarnya memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi. Ada kesamaan diantara beberapa definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan konsumen (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia akan menerima pelayanan dari perusahaan jasa tersebut. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang akan ia terima setelah menerima pelayanan tersebut.

Kesadaran akan pentingnya permasalahan kepuasan konsumen ini mendorong para ahli psikologi dan ekonomi melakukan penelitian guna mengetahui lebih lanjut apa dan bagaimana kepuasan konsumen itu. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan konsumennya.

Untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan segmen pasar di mana produk akan diarahkan.
2. Mengidentifikasi faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan.
3. Mengelola harapan konsumen
4. Mengelola bukti (evidence) kualitas pelayanan.
5. Mendidik konsumen tentang jasa.
6. Mengembangkan sistem informasi kualitas pelayanan

Aspek - Aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Tjiptono (1996) ada lima aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu :

- a. Sistem pengiriman barang atau jasa.
- b. Tampilan dari barang atau jasa.
- c. Citra terhadap perusahaan, barang, jasa, dan merk.
- d. Hubungan antara harga dan nilai dari sudut konsumen.

e. Tingkat kinerja karyawan perusahaan.

Suatu produk jasa di rumah sakit akan dipengaruhi oleh beberapa macam aspek di antaranya :

- a) Perilaku karyawan, rupa dan seragam.
- b) Permukaan luar gedung.
- c) Peralatan.
- d) Mebel dan perlengkapannya
- e) Komunikasi dengan masyarakat dan konsumen.

Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Martilla dan James, 1977 yang dikutip oleh Tjiptono (2008:35) menyatakan bahwa Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung
2. Responden diberi pertanyaan
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah
4. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen

Persepsi Konsumen

Pengertian persepsi

Persepsi terhadap kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir dengan kepuasan konsumen serta persepsi positif terhadap kualitas jasa (Kotler,2000). Sebagai pihak yang membeli dan mengonsumsi jasa, konsumen (dan bukan penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas jasa suatu perusahaan, akan tetapi jasa hanya memiliki karakteristik *variability* sehingga kinerjanya terkadang tidak konsisten terhadap apa yang telah diprioritaskan.

Persepsi pada hakekatnya adalah proses yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi. Berikut ini dikemukakan beberapa definisi menurut para ahli :

Menurut Tjiptono (1996) persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Stimulus didapat dari suatu obyek yang

dirasakan oleh salah satu atau beberapa indera. Interpretasi subyektif dari lingkungan individu akan menjadi dasar proses perilaku belajar, sikap dan pengambilan keputusan.

Persepsi Konsumen

Pengertian dari persepsi konsumen dapat dikatakan sebagai proses konsumen dalam memilih, mengatur, dan menginterpretasikan stimulasi menjadi berarti dan merupakan gambaran secara berhubungan dengan dunia sekelilingnya. Selain itu persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa, yang artinya konsumen tidak mengevaluasi kualitas pelayanan semata-mata hanya berdasarkan kepada hasil akhir *service* tetapi mereka juga memperhatikan proses dari pelaksanaan *service*.

Persepsi konsumen timbul setelah pernah merasakan sesuatu yang sudah diterima dan sudah mengambil kesimpulan dalam pemikirannya (sudah menilai sesuatu yang dialami). Persepsi konsumen mencerminkan kinerja perusahaan penyedia jasa. Citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Hal ini dapat terjadi karena konsumenlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan jasa yang diterima.

Kualitas pelayanan

Pengertian Kualitas

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan pelayanan atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin perusahaan sebagai strategi untuk terus tumbuh dan berkembang.

Pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan oleh seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha untuk melayani kebutuhan orang lain (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1995), atau perorangan kepada konsumen (yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Hal ini sesuai dengan disampaikan Normann (1991) dalam Saladin (2004) karakteristik tentang pelayanan, yakni sebagai berikut :

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba,
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata
3. Produk dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai : “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen.” (Kotler,1994)

Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin dasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperoleh oleh jasa tersebut, sedangkan kualitas pelayanan menurut Parasuraman dapat didefinisikan sebagai : “seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para konsumen atas layanan yang mereka peroleh atau terima”.

Model Kualitas Pelayanan

Menurut Berry, Parasuraman, Zeithaml yang dikutip oleh Kotler Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2007:156) merumuskan model kualitas jasa yang diperlukan pada industri jasa. Pada model tersebut mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan ketidakberhasilan penyerahan jasa :

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyerahan jasa.
4. Kesenjangan antara penyerahan jasa dan komunikasi eksternal.
5. Kesenjangan antara persepsi jasa dan jasa yang diharapkan.

Konsep Jasa

Menurut Kotler (1994), jasa adalah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (Intangible) dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu. Adapun empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang menurut Kotler (2003:467) yaitu :

1. Intangible (tidak terwujud).
2. Inseparability (tidak dapat dipisahkan).

3. Variability (bervariasi)
4. Perishability (tidak tahan lama)

Rumah Sakit Ibu dan Anak

Definisi Rumah Sakit Ibu dan Anak

Rumah sakit ibu dan anak berdasarkan klasifikasi tipe rumah sakit adalah rumah sakit khusus (Special Hospital) yang menyelenggarakan hanya satu macam pelayanan kesehatan kedokteran saja, yaitu dalam bidang pelayanan kesehatan ibu dan anak. Di dalam rumah sakit ibu dan anak pelayanan dan fasilitas yang ada ditujukan supaya ibu dan anak merasa aman serta nyaman untuk berada di rumah sakit.

Jenis Pelayanan di Rumah Sakit Ibu dan Anak

Pelayanan pada rumah sakit ibu dan anak yang diberikan kepada pasien antara lain : (Aditama, 2000)

1. Preventif

Merupakan pelayanan untuk mencegah pasien terjangkit dari penyakit, hal ini dapat dilakukan dengan cara :

- a. Pemeriksaan rutin terhadap perkembangan bayi dan ibu hamil
- b. Konsultasi kesehatan
- c. Penyuluhan tentang gizi ibu dan anak
- d. Imunisasi dan KB

2. Kuratif

Merupakan usaha penyembuhan pada pasien dengan cara pengobatan dan perawatan berupa :

- a. Persalinan
 - b. Pembedahan
 - c. Pengobatan
- ##### 3. Rehabilitasi

Merupakan tindakan penyembuhan kondisi fisik pasien setelah melampaui masa pengobatan berupa :

- a. Perawatan atau pemulihan kesehatan
- b. Perawatan bayi

Kriteria Penentu Kualitas Jasa Pelayanan Perusahaan

Menurut Supranto (2006). Ada lima kriteria penentu kualitas jasa pelayanan rumah sakit, yaitu :

1. *Reliability* / Keandalan
2. *Responsiveness* / Keresponsifan
3. *Assurance* / Jaminan
4. *Empaty* / Empati
5. *Tangible* / Berwujud

Alat dan Teknik Pengumpulan Data Kuesioner

Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, di mana pertanyaan peneliti dan jawaban responden dapat dikemukakan secara tertulis melalui kuesioner tersebut dengan cara menyebarkan kumpulan pertanyaan yang berisi hal-hal yang ingin diteliti, dalam hal ini adalah tentang penilaian kepentingan pasien dan kinerja layanan yang diberikan Rumah sakit.

Pada penelitian ini menggunakan skala likert, dengan 5 (lima) tingkat jawaban mengenai kepentingan responden terhadap suatu pernyataan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Nazir, 2003). Dalam skala Likert tingkat kepentingan responden diklasifikasikan sebagai berikut : Sangat Penting (SP), Penting (P), Cukup Penting (CP), Kurang Penting (KP), dan Tidak Penting (TP). Sedangkan untuk tingkat kinerja diklasifikasikan sebagai berikut : Sangat Puas (SP), Puas (P), Cukup Puas (CP), Kurang Puas (KP), dan Tidak Puas (TP).

Sampling

Data dapat diambil secara keseluruhan pada suatu populasi dengan cara sensus. Jika ada keterbatasan kemampuan dengan cara sensus maka dapat diusahakan dengan mengambil sebagian data dari populasi yang ada dengan cara sampling (mengambil sampel secara acak). Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk mengambil kesimpulan sebagai sesuatu yang berlaku bagi populasi (Arikunto, 1997)

Teknik Pengujian Instrument

Uji Kecukupan Data

Uji Kecukupan data dilakukan untuk menentukan jumlah data (sampel) minimal yang harus diperoleh untuk dapat mewakili keseluruhan populasi sehingga hasil yang diperoleh bersifat obyektif dan bisa dipertanggungjawabkan. Jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 sampel.

Uji Validitas

Validitas (*validity*) menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya dapat diukur (Ghiseli *et al.*, 1981, hal.266). Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sasarannya.

METODOLOGI PENELITIAN

Uji Reliabilitas

Reliabilitas (*reliability*) suatu pengukur menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses “kebaikan” dari suatu pengukur (Sekaran, 2003, hal. 203). Menurut Ghiselli et al. (1981, hal. 191)

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Pengukuran tingkat kepentingan dilakukan dengan cara pengukuran dari harapan pelanggan, sedangkan pengukuran tingkat kinerja diukur dari keadaan yang dirasakan oleh pelanggan (Maiyanti, 2008).

Akan tetapi untuk mengukur keinginan dari konsumen adalah tidak

mudah. Hal ini dikarenakan setiap perusahaan memiliki tujuan yang berbeda untuk setiap tindakan yang dilakukannya dalam rangka memenuhi keinginan konsumen. Dalam hal ini digunakan 5 tingkat skala (Likert) untuk melakukan penilaian tingkat kepentingan pelanggan, yang terdiri dari :

1. Sangat penting, dengan bobot 5
2. Penting, dengan bobot 4
3. Cukup penting, dengan bobot 3
4. Kurang penting, dengan bobot 2
5. Tidak penting, dengan bobot 1

Untuk kinerja atau penampilan diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut:

1. Sangat puas, dengan bobot 5, yang berarti konsumen sangat puas
2. Puas, dengan bobot 4, yang berarti konsumen puas
3. Cukup puas, dengan bobot 3, yang berarti konsumen cukup puas
4. Kurang puas, dengan bobot 2, yang berarti konsumen kurang puas
5. Tidak puas, dengan bobot 1, yang berarti konsumen tidak puas

Potential Gain In Customer Values (PGCV)

Alat ini dipergunakan untuk melengkapi hasil analisis dari *importance* dan *performance*. Alat ini dipakai untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh produsen. Analisis dari *Importance* dan *Performance* kurang dapat merekomendasikan perbaikan yang menjadi prioritas utama. Karena itu dipergunakan alat analisis yang lain yaitu analisis melalui angka indeks PGCV.

Di dalam melakukan suatu penelitian, peneliti dapat memilih berbagai jenis metode dalam melaksanakan penelitiannya. Metode yang dipilih berhubungan erat dengan prosedur, alat serta desain penelitian yang digunakan. Desain penelitian harus sesuai dengan metode penelitian yang dipilih. Prosedur serta alat yang digunakan dalam penelitian harus cocok dengan metode penelitian yang digunakan. Jika suatu penelitian dikerjakan dengan kuesioner sebagai alat dalam mengumpulkan data, maka yang dibicarakan di sini adalah teknik penelitian. Jika seseorang membicarakan metode penelitian, maka ia tidak terlepas dari membicarakan teknik dan prosedur penelitian.

Identifikasi Masalah

Untuk dapat melakukan penelitian yang baik dan memudahkan melakukan analisa data, maka perlu mengidentifikasi masalah terlebih dahulu. Di mana pada penelitian ini, peneliti melakukan identifikasi masalah mengenai tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan pasien (*Satisfaction*) terhadap kinerja (*Performance*) pelayanan RSIA - XYZ yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan bagaimana prioritas perbaikan layanan yang diinginkan pasien dengan tingkat kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value*

Pengumpulan Data

Agar dalam pelaksanaan penelitian dapat berjalan dengan mudah serta sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka diperlukan langkah pemecahan yang baik. Data yang diperlukan :

- a. **Data Primer**
- b. **Data Sekunder**

Pengolahan Data

Setelah kuesioner disebarkan kepada konsumen, maka akan didapat data dari jawaban hasil kuesioner, maka dari hasil jawaban tersebut harus diuji :

- a) **Uji Kecukupan Data**
- b) **Uji Validitas Data**
- c) **Uji Reliabilitas Data**

Importance Performance Analysis (IPA)

- a. **Analisis Tingkat Kesesuaian**
- b. **Analisis Diagram Kartesius**

Diagram ini dibagi menjadi 4 kuadran (Supranto, 2006) :

1. Kuadran pertama (I), Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berada dalam kuadran ini perlu diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan oleh perusahaan.
2. Kuadran kedua (II), Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan harus dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan.
3. Kuadran ketiga (III), disebut juga sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerjanya juga rendah.
4. Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerjanya tinggi.

Prioritas Utama I	Pertahankan Prestasi II
Prioritas Rendah III	Berlebihan IV

5. Potential Gain in Customer Values

Metode lain yang digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan pelayanan dalam penelitian ini adalah Potential Gain in Customer Value (PGCV). Indeks PGCV merupakan suatu metode yang mudah untuk menganalisa pelanggan. Langkah-langkah menghitung PGCV adalah

1. *Achieve Customer Value (ACV)*
2. *Ultimately Desire Customer Value (UDCV)*
3. **Indeks PGCV**

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

**Pengumpulan Data
Profil Objek Penelitian**

RSIA - XYZ adalah rumah sakit milik swasta murni di bawah yayasan pintu ilmu, yang berkedudukan di pusat kota Palembang. Rumah sakit Ibu dan Anak, mulai di bangun pada tahun 2001 atas prakarsa Seorang Dokter sebagai penyandang dana tunggal, pembangunan fisik dibangun bertahap dengan penyelesaian tahap pertama pada bulan february 2009. Dengan UU No 22 tahun 1999, Walikota Kota Palembang bersama lembaga legislatif daerah telah mengesahkan Perda tentang izin mendirikan rumah sakit di kota Palembang, untuk izin operasional rumah sakit Ibu dan Anak XYZ telah didapatkan pada bulan Agustus 2002. RSIA - XYZ mulai beroperasi pada bulan September 2002, dengan pelayanan kesehatan terhadap ibu bersalin, yang terdiri dari poliklinik umum dan spesialis, rawat inap dan kegiatan operatif di bidang kebidanan dan penyakit kandungan. Pelayanan penunjang yang tersedia adalah senam hamil, laboratorium klinik, dan apotik. Bagian Rawat inap RSIA tahap pertama ini, memiliki 20 tempat tidur yang semuanya diperuntukkan untuk kasus kebidanan dan penyakit kandungan. Pada tahun 2009 direncanakan penyelesaian gedung RSIA ini yang menambah 10 (sepuluh) tempat tidur VIP dan VVIP. Saat ini, rumah sakit ini bertekad untuk mengembangkan diri sebagai salah satu lembaga kesehatan yang khusus memberikan pelayanan “Kesehatan Paripurna Kepada Anak dan Perempuan” dengan sifat:

1. Profesionalisme dalam keilmuan
2. Proaktif menyongsong kemajuan dan perkembangan zaman
3. Terbuka dalam kemitraan
4. Dipercaya karena amanah dan menjalankan ma’ruf nahi munkar
5. Mampu meningkatkan kesejahteraan pegawai

Pada uji validitas data ini, hanya dilakukan 1 (satu) kali iterasi saja, karena data telah valid pada perhitungan iterasi pertama. Untuk melihat nilai dari semua butir pertanyaan yang telah diolah menggunakan program SPSS 20 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Uji Validitas

NO	Variabel	R hitung	r tabel	Status
1	Prosedur penerimaan pasien yang cepat dan tepat	0,824	0,220	Valid

2	Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat	0,802	0,220	Valid
3	Jadwal pelayanan rumah sakit dijalankan dengan tepat (visit/kunjungan dokter, perawatan, istirahat)	0,670	0,220	Valid
4	Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit	0,720	0,220	Valid
5	Kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien	0,655	0,220	Valid
6	Petugas memberikan informasi yang jelas, mudah dan dimengerti	0,734	0,220	Valid
7	Tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan	0,782	0,220	Valid
8	Pengetahuan dan kemampuan para dokter menetapkan diagnosis penyakit	0,591	0,220	Valid
9	Keterampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja	0,492	0,220	Valid
9	Keterampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja	0,492	0,220	Valid
10	Pelayanan yang sopan dan ramah	0,428	0,220	Valid
11	Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan	0,574	0,220	Valid
12	Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien	0,580	0,220	Valid
13	Perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya	0,582	0,220	Valid
14	Pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status sosial dan lain-lain	0,412	0,220	Valid
15	Kebersihan , kerapian, dan kenyamanan ruangan	0,593	0,220	Valid
16	Penataan eksterior dan interior ruangan	0,503	0,220	Valid
17	Kelengkapan , kesiapan, dan kebersihan alat-alat yang dipakai	0,648	0,220	Valid
18	Kerapian dan kebersihan penampilan petugas (karyawan)	0,475	0,220	Valid

Dari tabel uji validitas menggunakan software SPSS 20 for Windowseperti yang terlihat pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa *rhitung* bernilai lebih besar dari pada *r tabel* maka dapat di simpulkan atribut pertanyaan yang ada di dalam kuesioner telah valid dan dapat mewakili semua pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut. Hasil tingkat Kesesuaian ini akan dibandingkan dengan hasil perhitungan Potential Gain in Customer Value (PGCV) untuk menentukan prioritas perbaikan layanan terbaik untuk mencapai kepuasan dari konsumen.

Tabel 2. Tingkat Kesesuaian

No	Atribut	Tingkat Kinerja X	Tingkat Kepentingan Y	Tingkat Kesesuaian (
1	Prosedur penerimaan pasien yang cepat dan tepat	423	481	879
2	Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat	424	484	876
3	Jadwal pelayanan rumah sakit dijalankan dengan tepat visit/kunjungan dokter, perawatan, istirahat)	410	480	854
4	Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit	426	475	896
5	Kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan	418	489	854
6	Petugas memberikan informasi yang jelas, mudah dan	415	472	879
7	Tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan	412	491	839
8	Pengetahuan dan kemampuan para dokter menetapkan	421	488	862
9	Keterampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam	415	478	868
10	Pelayanan yang sopan dan ramah	401	455	888
11	Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap	406	468	877
12	Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien	400	451	886
13	Perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya	399	452	882
14	Pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status sosial	404	451	899
15	Kebersihan , kerapian, dan kenyamanan ruangan	408	456	899

16	Penataan eksterior dan interior ruangan	405	445	91
17	Kelengkapan, kesiapan, dan kebersihan alat-alat yang	414	469	882
18	Kerapian dan kebersihan penampilan petugas (karyawan)	406	447	908

Dari perhitungan tingkat kesesuaian antara penilaian kinerja rumah sakit dengan kepentingan pasien, maka dapat dibuat penilaian khusus yang menjadi dasar suatu keputusan untuk mempertahankan prestasi atau melakukan perbaikan pelayanan rumah sakit. Tolak ukur batas pengambilan keputusan adalah 87,80 % yang merupakan nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut pertanyaan yang disebarkan kepada 100 responden.

Adapun analisis Potential Gain In Customer Value (PGCV) terhadap pelayanan di RSIA - XYZ dapat dilihat pada table :

Kuadran	Atribut	Nilai	Nilai ACV	Indeks PGCV	Urutan Ke
A	Jadwal pelayanan rumah sakit dijalankan dengan tepat (visit/ kunjungan)	24,00	19,68	4,32	2
	Tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan	24,55	20,22	4,33	1

Dari hasil analisis data di atas, dihasilkan bahwa atribut yang menjadi masalah utama harus diperbaiki dalam kualitas pelayanan di RSIA adalah atribut ke-3 yaitu jadwal pelayanan rumah sakit dengan cepat dan tepat. Berdasarkan pengamatan dalam penelitian atribut tersebut harus diperbaiki karena dokter yang melakukan pemeriksaan terhadap pasien sedikit tidak tepat waktu

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang tingkat kinerja dan kepentingan pasien pada RSIA - XYZ, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Pasien RS IA-XYZ menilai bahwa kualitas pelayanan yang mereka peroleh dari kinerja RS IA-XYZ, belum sepenuhnya sesuai dengan kepentingan atau harapan mereka.
2. Prioritas perbaikan layanan berdasarkan tingkat kesesuaian dengan keinginan konsumen/pasien adalah : (1) Tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan (Tingkat Kesesuaian = 83,9%); (2) Jadwal pelayanan rumah sakit dengan cepat dan tepat (visit/kunjungan dokter)(Tingkat Kesesuaian = 85,4%), karena tingkat kesesuaian atribut < 87,80%.
3. Perhitungan dengan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)* ternyata menghasilkan urutan prioritas perbaikan layanan yang sama dengan tingkat kesesuaian pada *Importance Performance Analysis (IPA)*. Di mana dengan menggunakan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*, urutan prioritas perbaikan pada kuadran I adalah sebagai berikut :
 - (1) Tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan(PGVC= 4,33)
 - (2) Jadwal pelayanan rumah sakit dijalankan dengan tepat (PGCV = 4,32)

Saran

Saran yang dapat disampaikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sangat diharapkan agar pihak RSIA agar lebih memperhatikan kepentingan dari pasien rawat jalan dengan cara melakukan perbaikan sistem pelayanan dan mempertahankan prestasi yang telah dicapai oleh pihak rumah sakit selama ini.
2. Untuk melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan rumah sakit dan cara perbaikan apa yang akan diprioritaskan, maka diharapkan untuk menggunakan tingkat kesesuaian *importance performance analysis*. Selain cara perhitungannya sederhana, metode *importance performance analysis* ini juga dapat melihat sistem perbaikan pelayanan yang dianggap penting oleh pasien rawat jalan di RSIA-XYZ.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi rumah sakit untuk membantu menentukan strategi-strategi yang lebih berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikoesoemo, (1997). *Manajemen Rumah Sakit*, Pustaka Sinar harapan, Jakarta
- Arikunto, S., (1997). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atina, 2010. *Analisa Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Dalam Memberikan Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Menggunakan Metode PGCV (Potential Gain in Costumer Value) dan Importance Performance Analysis*. Skripsi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Etta,M.S. dan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta
- Kotler, P., (1994). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, M.N, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Ramdhani, F.A, Harsono, A., Adianto, H. *Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa RSIA dengan Menggunakan Metode Potential Gain in Costumer Value*. Jurnal Teknik Industri. Institut Teknologi Nasional. Vol 01.Bandung
- Supranto, J., (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk*
- Tjiptono, F., (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono,F. dan Chandra, Gregorius., *Service Quality & Satisfaction, Edisi 2*, Andi, Yogyakarta