

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN PADA KLINIK MADISING UTAMA MAKASSAR

Jumaidah

STIM LPI Makassar, Program Studi Manajemen

jumaidah@stim-lpi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dengan indikator bukti fisik, keandalan, jaminan, daya tanggap dan empati terhadap kepuasan pasien rawat jalan pada Klinik Madising Utama Makassar. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dengan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 0,152 X_1 + 0,089 X_2 + 0,337 X_3 - 0,052 X_4 + 0,328 X_5$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel jaminan dan empati dengan koefisien regresi sebesar 0,337 dan 0,328 ; bukti fisik dengan koefisien regresi sebesar 0,152; keandalan dengan koefisien regresi sebesar 0,089; daya tanggap dengan koefisien regresi sebesar -0,052 dan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah daya tanggap dengan koefisien regresi sebesar -0,052. Dengan demikian Graha Spesialis RSMH Palembang perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pasien serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang baik.

Kata kunci: *kualitas layanan, bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap, empati, kepuasan pasien.*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari – hari, manusia disibukkan dengan bermacam – macam kegiatan dalam berbagai bidang kehidupan, seperti bidang sosial, ekonomi, budaya dan lain sebagainya. Dalam bidang ekonomi, banyak kita temukan berbagai macam kegiatan yang mempengaruhi unsur kehidupan masyarakat, seperti kegiatan bisnis, keuangan , produksi dan lain sebagainya. Namun pada kenyataannya, kegiatan yang paling banyak dan sering kita temukan adalah kegiatan bisnis, baik bisnis kecil, menengah, maupun bisnis dalam lingkup yang cukup besar. Pelanggan menemukan banyak sekali perusahaan yang menawarkan jasa dalam setiap kategori dan pelanggan memiliki beragam kebutuhan dalam kombinasi serta harga jasa. Harapan dan keinginan pelanggan tentang mutu dan layanan semakin tinggi dan terus meningkat. Ditengah pilihan yang begitu banyak, pelanggan cenderung memilih tawaran yang paling sesuai kebutuhan serta harapan mereka. Pelanggan memilih berdasarkan pandangan nilai mereka. Di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa merupakan salah satu kegiatan bisnis dimana pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi , yang biasanya di konsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah misalnya, kesehatan, kenyamanan, kesenangan. Contoh jasa yaitu transportasi, kesehatan, pendidikan, restoran, dan hiburan. Jasa juga bukan merupakan barang melainkan suatu proses aktivitas dimana aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud.

Pada era globalisasi, dinamika kehidupan dunia usaha semakin keras dan ketat termasuk di bidang layanan kesehatan. Dengan makin tingginya tingkat pendidikan dan keadaan sosial ekonomi masyarakat, maka kebutuhan dan tuntutan masyarakat akan kesehatan tampak makin meningkat pula. Untuk dapat memenuhi kebutuhan dan tuntutan tersebut, tidak ada upaya lain yang dapat dilakukan, kecuali menyelenggarakan layanan kesehatan yang sebaik - baiknya. Pasien yang dihadapi saat ini berbeda dengan pasien pada masa lalu. Kini pasien semakin terdidik dan cenderung bervariasi dalam memenuhi kebutuhan kesehatannya sehingga terpenuhi kepuasannya dan menyadari hak-haknya. Jika layanan yang diberikan sesuai dengan yang dikehendaki, maka pasien akan puas, jika yang terjadi sebaliknya maka akan menyebabkan kehilangan minat pasien untuk berobat dan ini akan menyebabkan pasien mempunyai *image* negatif terhadap perusahaan tersebut, yang akan mengakibatkan menurunnya jumlah pasien akhirnya akan menyebabkan pengurangan keuntungan. Apalagi banyaknya Rumah sakit yang ada di Makassar menyebabkan Klinik Madising Utama Makassar harus punya strategi pemasaran yang tepat. Dalam lingkungan global yang semakin ketat dengan masuknya layanan yang inovatif di pasaran disatu sisi dan kondisi pasar yang jenuh untuk layanan-layanan yang monoton disisi lain mengelola loyalitas pasien menjadi tantangan utama.

Dalam persaingan industri kesehatan yang sejenis, Klinik Madising Utama Makassar Hoesin sering dihadapkan pada persaingan jasa antar pesaing. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia layanan kesehatan hampir terjadi pada seluruh industri kesehatan , sehingga perusahaan dalam industri ini berlomba-lomba agar jasa yang ditawarkan dapat diterima oleh pasien. Pasien dewasa ini semakin menuntut terhadap layanan jasa yang ditawarkan. Layanan dibidang kesehatan akan senantiasa dibutuhkan oleh masyarakat dan akan selalu mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik. Semakin maju pembaharuan dibidang teknologi, maka layanan dibidang kesehatan juga mengalami kemajuan, dibidang sarana dan prasarana yang modern serta menjadi lebih akurat dalam bidang layanannya. Dalam menciptakan kualitas layanan yang baik, maka perlu diperhatikan 5 dimensi layanan jasa, antara lain bukti fisik (*tangibles*),

kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurances*), daya tanggap (*responsiveness*), dan perhatian (*emphaty*).

Kepuasan konsumen merupakan orientasi pemasaran yang semakin penting untuk dilaksanakan, hal ini dimaksud untuk memelihara agar konsumen mau menumbuhkan kepercayaan untuk menggunakan layanan jasa tersebut, dengan demikian kepuasan konsumen merupakan landasan utama untuk dapat tumbuh dan berkembang pada era persaingan yang semakin keras.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan jasa yang berkualitas dan layanan yang baik kepada para pelanggan dari pesaingnya. Salah satu bidang jasa yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah dibidang kesehatan. Klinik Madising Utama Makassar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan. Perkembangan Klinik Madising Utama Makassar juga ditandai dengan bertambahnya jumlah pasien yang dirawat, mengingat kesehatan sangatlah penting bagi masyarakat. Berikut adalah tabel jumlah kunjungan pasien rawat jalan pada Klinik Madising Utama Makassar dari tahun 2019 s.d tahun 2022:

Tabel
Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Jalan
Klinik Madising Utama Makassar

Keterangan	Tahun			
	2019	2020	2021	2022
Pasien lama	39.207	42.098	48.416	55.004
Pasien baru	20.146	16.567	14.126	7.238
Jumlah	59.353	58.665	62.542	62.242

Sumber : Rekam Medik Klinik Madising

Tabel diatas menjelaskan tentang jumlah kunjungan pasien rawat jalan pada Klinik Madising Utama Makassar. Pasien lama merupakan pasien yang sudah beberapa kali datang berkunjung untuk berobat , sedangkan pasien baru adalah pasien yang hanya satu kali datang berkunjung untuk berobat. Dilihat dari tabel di atas terjadi peningkatan Jumlah pasien yang berkunjung dari tahun 2008 hingga 2011. Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jumlah pasien dari tahun ke tahun cukup banyak dan terjadi peningkatan. Pasien tersebut membutuhkan layanan perawatan kesehatan yang berkualitas.

Masalah

Apakah kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pasien Klinik Madising Utama Makassar ?

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Pengertian Jasa

Menurut Kotler (2007:602), definisi jasa adalah :“Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pengertian Kualitas Layanan

Definisi dari Nasution (2004:47), “kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. *Service quality* / kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas layanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Lima Dimensi Kualitas Layanan (*SERVQUAL*) Menurut Kotler (2007:182)

mengidentifikasi lima dimensi yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas layanan, antara lain adalah :

- 1) Bukti fisik (*tangibles*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik, (misal: gedung, gudang dan lain lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- 2) Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, dan sikap yang simpatik.
- 3) Jaminan dan kepastian (*Assurance*) adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, keamanan, kredibilitas, kompetensi dan sopan santun.
- 4) Daya tanggap (*Responsiveness*) suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan menyampaikan informasi yang jelas.
- 5) Empati (*Emphaty*) dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen untuk memahami kebutuhan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut J.Supranto (2001) “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang dirasakannya dengan harapannya”. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan menjadi *feed back* (umpan balik) bagi manajemen perusahaan untuk melakukan *improvement* dan revisi (perbaikan demi kemajuan penyegaran) pada produk dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Kepuasan konsumen, merupakan bagian yang sangat penting dalam rangka keberhasilan suatu bisnis.

METODE PENELITIAN

Analisis Regresi Berganda

Menurut Arikunto (2003) untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat adalah:

Dimana :

Dimana:

- Y = kepuasan
 X1 = kualitas layanan
 b1 = Koefisien Regresi (Parameter)
 b0 = Konstanta (Intercept)
 ei = Faktor Kesalahan

Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84).

Uji F digunakan untuk mengukur variabel bebas bersama-sama mempengaruhi variabel terikat. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, kemudian nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai kritis (0.05), maka pengaruh bersama dari variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat adalah signifikan, dan sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka pengaruh bersama dari variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat tidak signifikan.

2. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (sendiri-sendiri) dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t tabel dengan nilai t hitung. Apabila nilai t hitung lebih besar daripada t tabel maka variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel maka variabel independen secara individual / parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan rumus *product moment* dari Pearson yang dilakukan dengan menghitung korelasi antar masing-masing skor *item* pertanyaan dari tiap variabel dengan total skor variabel tersebut. Jika skor *item* tersebut berkorelasi positif dengan skor total skor *item* dan lebih tinggi dari korelasi antar *item*, menunjukkan validitas instrumen tersebut. Untuk penelitian ini, nilai df dapat dihitung sebagai berikut $df = n - k$ atau $100 - 6 = 94$, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka didapat r tabel sebesar 0,1689 (*one tail*). Jika r hitung > dari R tabel maka dikatakan Valid. Indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid. Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Variabel	r hitung	R tabel (one tail)	Valid/Tidak
Bukti Fisik			
BF1	0.559	0,1689	Valid
BF2	0.645	0,1689	Valid
BF3	0.797	0,1689	Valid
BF4	0.719	0,1689	Valid
BF5	0.750	0,1689	Valid

BF6	0.692	0,1689	Valid
Kehandalan			
KH1	0.718	0,1689	Valid
KH2	0.726	0,1689	Valid
KH3	0.635	0,1689	Valid
KH4	0.601	0,1689	Valid
KH5	0.565	0,1689	Valid
Jaminan			
JM1	0.658	0,1689	Valid
JM2	0.708	0,1689	Valid
JM3	0.649	0,1689	Valid
JM4	0.654	0,1689	Valid
Daya Tanggap			
DT1	0.793	0,1689	Valid
DT2	0.811	0,1689	Valid
DT3	0.705	0,1689	Valid
Perhatian / Empati			
P1	0.541	0,1689	Valid
P2	0.707	0,1689	Valid
P3	0.653	0,1689	Valid
Kepuasan Pasien			
KP1	0.694	0,1689	Valid
KP2	0.660	0,1689	Valid
KP3	0.667	0,1689	Valid
KP4	0.660	0,1689	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2012

Uji Reliabel

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk/variabel penelitian. Suatu variabel dikatakan *reliable* (handal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Tingkat reliabilitas suatu variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik Cronbach Alpha (α) Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2005). Hasil perhitungan reliabilitas oleh SPSS dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Bukti Fisik	0,882	Reliabel
Kehandalan	0,832	Reliabel
Jaminan	0,834	Reliabel
Daya Tanggap	0,876	Reliabel
Empati	0,786	Reliabel
Kepuasan	0,837	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah 2012

Uji F

Dari hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai F hitung sebesar 23.812 dengan angka signifikansi (P value) sebesar 0,000. Pada penelitian ini nilai F hitung > F tabel. Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Angka signifikansi (P value) sebesar $0,000 < 0,05$ (alpha). Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti variabel bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan konsumen.

Uji t

Dari Hasil Uji t pada penelitian ini didapatkan nilai t hitung sebesar 0,004 yang dimiliki oleh Variabel Jaminan dan Empati. Nilai Kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi < 0,05. Yang artinya H_a diterima. Yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen (Jaminan dan Empati) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pasien). Apabila nilai t hitung lebih besar daripada t tabel maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan Variabel Lainnya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil regresi dengan menggunakan program SPSS, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,152 X_1 + 0,089 X_2 + 0,337 X_3 - 0,052 X_4 + 0,328 X_5$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai 0,152 pada variabel bukti fisik (X_1) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi bukti fisik yang diberikan Graha Spesialis, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pasien.
2. Nilai 0,089 pada variabel kehandalan (X_2) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat kehandalan yang diberikan Graha Spesialis, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pasien.
3. Nilai 0,337 pada variabel jaminan (X_3) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi jaminan yang diberikan Graha Spesialis, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pasien.
4. Nilai -0,052 pada variabel daya tanggap (X_4) adalah bernilai negatif sehingga dapat dikatakan bahwa daya tanggap yang diberikan Klinik Madising Utama Makassar.
5. Nilai 0,328 pada variabel perhatian / empati (X_5) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi perhatian / rasa empati yang diberikan Graha Spesialis, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pasien.

Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat dikemukakan berdasarkan rumusan masalah yang diteliti, analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, sebagai berikut :

1. Dilihat dari Uji F (secara bersama-sama atau simultan), kualitas layanan yang meliputi *tangibles*, *reliability*, *assurances*, *responsiveness*, dan *emphaty* secara statistik

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan pada Klinik Madising Utama Makassar

2. Dimensi kualitas layanan meliputi *tangibles*, *reliability*, *assurances*, *responsiveness*, dan *emphaty*. Indikator jaminan dan empati memiliki nilai koefisien paling tinggi di antara ke empat variabel independen lainnya. Ternyata dimensi jaminan (*assurances*) dan Empati (*emphaty*) secara parsial (sendi-sendiri) memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien yaitu sebesar 0,004. Maka apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pasien rawat jalan pada Klinik Madising Utama Makassar

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Engel, James, dkk. 1995. *Prilaku konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardayati, Ratih. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (villa) Agrowisata. *Skripsi*, Universitas Diponegoro, Semarang (tidak dipublikasi).
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Gery Armstrong. 2001 . *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Buku 1. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran* .Buku 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip. 2004. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Buku 1 & 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Singarimbun, Masri. & Sofian E. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Yogyakarta: LP3ES