

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN
PADA PUSKESMAS DESA JUK AYAK KABUPATEN KUTAI
TIMUR**

NETY SEPRIANA

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman

ABSTRACT

Netty Sepriana. Effect of Patient Satisfaction Services In Rural Health Center Juk Ayak East Kutai Regency (Under Guidance Supervisor Mr. Pamasang S. Siburian And Supervisor II Ibu Sri Wahyu).

This study aims to determine the effect of patient satisfaction Juk Ayak At Village Health Center of East Kutai Regency, using multiple regression analysis.

Results showed variable reliability, responsiveness, assurance, attention and physical evidence partially significant positive effect on patient satisfaction. The R value of 0.674 means that there is a strong relationship of variable reliability, responsiveness, assurance, attention and physical evidence to client satisfaction. The coefficient of determination (R²) of 45.40 per cent it shows the proportion of variable contribution of reliability, responsiveness, assurance, attention and physical evidence to fluctuations in patient satisfaction.

Keywords: Reliability, Responsiveness, Assurance, Attention, Physical Evidence And Patient Satisfaction

Pendahuluan

Pelayanan kesehatan yang belum sesuai dengan harapan pasien, maka diharapkan menjadi suatu masukan bagi organisasi layanan kesehatan agar berupaya meningkatkan pelayanannya. Jika pelayanan kesehatan yang diperoleh pasien pada suatu fasilitas pelayanan kesehatan sesuai dengan harapannya, pasien pasti akan selalu datang berobat ke fasilitas pelayanan kesehatan tersebut.

Persaingan bisnis dibidang kesehatan juga terjadi pada seluruh tingkat pelayanan, termasuk di puskesmas sebagai pelayanan kesehatan di tingkat primer. Meskipun demikian banyak puskesmas yang menjual jasa pelayanan, menjabarkan bahwa program mutu layanan yang memuaskan tersebut adalah bentuk sikap dan tindakan yang ditunjukkan oleh para staf operasional, misalnya keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pasien, profesionalisme dalam teknik dan keamanan, pengobatan, kenyamanan, pemeliharaan mutu pelayanan terhadap para pasien, namun tidak semua puskesmas dapat mengetahui apakah pelayanan yang dilakukan tersebut dapat memuaskan pasien.

Bagi puskesmas dalam mengelola usaha jasanya harus selalu memperhatikan masalah pelayanan dan kepuasan pasiennya. Puskesmas Juk Ayak yang berlokasi di Desa Juk Ayak Kecamatan Sungai Telen adalah salah satu usaha jasa pelayanan Puskesmas yang ada di Kecamatan Telen. Wilayah kerja Puskesmas Juk Ayak seluas 826,58 Km² meliputi Desa Rantau Panjang, Batu Redi, Juk Ayak, Marah Aloq, Marah Kenyah, dan Long Segar, dengan jumlah penduduk sebanyak 596 Kepala Keluarga atau 2.178 jiwa.

Fasilitas yang ada di Puskesmas Juk Ayak terdiri dari :

1. Pelayanan Rawat Jalan
2. Pelayanan Rawat Inap
3. Pelayanan Penunjang diagnostik.

Puskesmas Juk Ayak dilayani oleh 2 Dokter umum, 9 Perawat, 3 Bidan, dan 1 Asisten Apoteker, 2 Tenaga Laboratorium, dan 12 Pegawai Administrasi.

Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Puskesmas Desa Juk Ayak untuk sementara ini dianggap kurang memuaskan dimana PLN tidak memadai, rusaknya jalan transportasi antar Desa dan masih kurangnya tenaga medis profesional yang berada di Puskesmas Kec. Sungai Telen. Adapun beberapa sarana kesehatan umum lain yang berada dalam wilayah kerja Puskesmas Juk Ayak. Beberapa sarana tersebut adalah : Bidan praktek, Apotek, dan beberapa pengobatan tradisional (jamu tradisional, tukang urut/pijat). Kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Disamping hal-hal tersebut, untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumennya yang lebih penting lagi adalah dengan mengoptimalkan kinerja pelayanan yang terdiri dari *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (Perhatian), *Tangible* (Bukti Fisik), yang lebih baik kepada konsumennya dalam hal-hal pasien Puskesmas.

DASAR TEORI

Pemasaran berarti mengelola pasar untuk menghasilkan pertukaran dan hubungan dengan tujuan menciptakan nilai dan memuaskan kebutuhan dan keinginan. Jadi, kita kembali pada arti mengenai pemasaran sebagai sebuah proses, yang dengannya seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan menciptakan dan saling menukar produk dan nilai dengan orang lain.

Menurut Swastha dan Handoko (2010:4) berpendapat bahwa : “Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”. Sementara itu definisi pemasaran yang lainnya menurut Kotler dan Armstrong (2010:7) adalah sebagai berikut :

“Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang lain atau kelompok lain”.

Pemasaran Jasa

Pada prinsipnya pemasaran jasa mempunyai kesamaan dengan pemasaran barang atau produk dan sering kali melengkapi antara keduanya, hanya saja yang perlu diperhatikan adalah mana yang lebih dominan dipasar. Sebenarnya perbedaan secara tegas antara barang dan jasa sering kali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang sering disertai dengan jasa-jasa tertentu dan sebaliknya pembelian suatu jasa sering kali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya.

Dengan menyadari adanya karakteristiknya jasa berbeda dengan karakteristik produk manufaktur maka pendekatan pemasaran 4 P (*product, price, promotion, place*) dirasa terlalu sempit, dan baik Kotler ataupun Payne memperluas bauran pemasaran jasa dengan menambah People, Process, Customer service. Karena jasa sebagian besar diberikan oleh orang, seleksi, pelatihan, dan motivasi pegawai dapat membuat perbedaan besar dalam kepuasan pelanggan idealnya pegawai harus memperhatikan kompetensi, sikap memperhatikan, responsive, inisiatif, kemampuan memecahkan masalah dan niat baik.

Dimensi Kualitas Jasa

Lupiyoadi (2001: 48) menyatakan bahwa kualitas jasa meliputi lima dimensi, yaitu:

- a. Bukti fisik (*tangible*) adalah aspek-aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba. Dimensi fisik ini mencakup : Kemutahiran peralatan dan teknologi, Kondisi sarana, Kondisi SDM perusahaan, Keselarasan fasilitas fisik dengan jenis jasa yang diberikan (khusus membangun kantor perusahaan).
- b. Keandalan (*reliability*) adalah aspek-aspek kehandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, dalam hal ini apakah jasa diberikan sesuai dengan standar-standar umum atau internasional. Dengan kata lain menunjukkan kemampuan untuk mewujudkan jasa sesuai dengan yang telah dijanjikan secara tepat. Dimensi ini diwakili oleh : Kesesuaian pelaksanaan pelayanan sesuai rencana, Kepedulian perusahaan terdapat permasalahan yang dihadapi konsumen, Kehandalan penyampaian jasa sejak awal, Ketetapan waktu pelayanan jasa sejak awal, Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan atau dokumen.
- c. Daya Tanggap (*responsiveness*) adalah dimensi keinginan membantu konsumen dan menyediakan jasa atau pelayanan yang dibutuhkan tersebut dapat juga berarti kecepatan tanggapan dari pemberi jasa dalam memberikan jasa, sekaligus mampu menangkap aspirasi-aspirasi yang muncul dari konsumen. Dimensi ini diwakili oleh : Kejelasan informasi

waktu penyampaian jasa, Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan administrasi, kesediaan pegawai selalu membantu konsumen, Keluasan waktu pegawai untuk menanggapi konsumen dengan tepat.

- d. Jaminan (assurance) adalah dimensi jaminan jasa yang memberikan jaminan keamanan, kemampuan (kompetensi) sumber daya dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan standard dan lain-lain yang sifatnya memberikan jaminan bahwa seluruh unsur pemberi jasa sesuai dengan apa yang diharapkan. Dimensi ini diwakili oleh : Kemampuan sumber daya manusia, Rasa aman selama berhubungan dengan pegawai, Kesabaran pegawai, Dukungan pimpinan perusahaan kepada tugas pegawai.
- e. Empati (emphaty) adalah dimensi berkaitan dengan kemudahan dalam pelayanan, keramahan, komunikasi dan kemampuan memahami kebutuhan konsumen. Dimensi ini diwakili oleh : Perhatian perusahaan kepada konsumen, Perhatian pegawai secara pribadi kepada konsumen, Pemahaman akan dibutuhkan konsumen, Perhatian perusahaan terhadap kepentingan konsumen, Kesesuaian jam kerja perusahaan dengan kesibukan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Sebagaimana diketahui bahwa tujuan akhir dari pemasaran adalah memuaskan pelanggan/konsumen. Tujuannya bukan mencari laba, tetapi memberi kepuasan, dengan adanya kepuasan akan terjadi pembelian ulang.

Berapa banyak frekuensi ulang pembelian dan berapa banyak jumlah pembelian pada akhirnya akan menghasilkan laba perusahaan. Konsep kepuasan pelanggan sebenarnya masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Dalam hal ini peranan setiap individu dalam *service encounter* sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk.

Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan/pelanggan telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan konsumen/pelanggan itu dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik, antara lain :

- a. Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*)
- b. Survey kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction survey*)
- c. Pembelian bayangan (*Ghost shopping*)
- d. Analisis pelanggan yang beralih (*Lost Customer analysis*), (Alma. 2005:232-234).

Hipotesis

Sehubungan dengan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka hipotesis yang dapat penulis kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Diduga pelayanan yang terdiri dari keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada Puskesmas Desa Juk Ayak.
2. Diduga variabel Jaminan (*Assurance*), mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Desa Juk Ayak.

METODE PENELITIAN

Defenisi Operasional

Sebagaimana uraian pada latar belakang masalah bahwa dalam memuaskan pasiennya Puskesmas Kesehatan Masyarakat Juk Ayak telah memberikan berbagai pelayanan kepada pasiennya dengan sebaik mungkin. Pelayanan tersebut dijadikan hal yang harus diperhatikan dan merupakan hal yang paling utama yang dapat memuaskan para pasien yang berobat di Puskesmas tersebut. Sesuai dengan identifikasi variabel penelitian, maka defenisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

Kepuasan Pasien (Y), adalah suatu kondisi yang di rasakan oleh pasien dan keluarganya dimana harapannya telah terpenuhi oleh kinerja atau hasil yang diberikan Puskesmas Juk Ayak dengan indikator (Kotler, 2001:13):

- a. Harapan pasien dan keluarganya terhadap pelayanan
- b. Harapan pasien dan keluarganya terhadap obat yang diberikan menyembuhkan
- c. Kinerja Puskesmas Juk Ayak terhadap pelayanan
- d. Kinerja Puskesmas Juk Ayak terhadap pasien yang dirawat sembuh

Pelayanan (X), adalah kemampuan Dokter, Perawat maupun Pegawai/dan Tenaga Kesehatan di Puskesmas Kesehatan Masyarakat Juk Ayak dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien.

Variabel pelayanan dalam penelitian ini adalah :

- a. Keandalan / *Reliability* (X1), adalah persepsi pasien Puskesmas Kesehatan Masyarakat Juk Ayak terhadap kemampuan pegawai dan tenaga kesehatan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pasien
- b. Daya Tanggap / *Responsiveness* (X2), adalah persepsi pasien Puskesmas Kesehatan Masyarakat Juk Ayak terhadap kesigapan pegawai / dan tenaga kesehatan dalam menangani keluhan pasien
- c. Jaminan / *Assurance* (X3), adalah persepsi Pasien Juk Ayak atas kesabaran perawat dan keterampilan serta pengetahuan dokter.

- d. Perhatian / *Emphaty* (X4), adalah penilaian pasien atas perhatian yang diberikan oleh pegawai administrasi dan perawat kepada para pasien Puskesmas Kesehatan Masyarakat Juk Aya.
- e. Bukti fisik / *Tangible* (X5), merupakan penilaian pasien atas fasilitas, sarana dan prasarana fisik yang dipergunakan oleh Puskesmas untuk menunjang pelayanan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari para pasien yang berobat di Puskesmas Juk Ayak Kecamatan Telen Kabupaten Kutai Timur, agar maksud dan tujuan penulisan maka data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

1. Gambaran Umum Puskesmas Juk Ayak
2. Data Primer dengan skala likert dengan ketentuan:
 - a. Sangat Setuju dengan skor 5
 - b. Setuju dengan skor 4
 - c. Cukup Setuju dengan skor 3
 - d. Kurang Setuju dengan skor 2
 - e. Tidak Setuju dengan skor 1

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang rawat jalan dan rawat inap yang datang berobat di Puskesmas Juk Ayak selama 6 bulan dari bulan Mei – Oktober 2016 yang datanya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1 : Kunjungan Pasien Pada Puskesmas Juk Ayak Kecamatan Telen Bulan Mei – Oktober 2016

Nomor	Bulan	Jumlah (Orang)
1	Mei	127
2	Juni	105
3	Juli	96
4	Agustus	154
5	September	122
6	Oktober	135
Jumlah		739

Sumber : Puskesmas Juk Ayak Kecamatan Telen, 2016

Populasi ini cukup besar sehingga perlu dilakukan penarikan sampel. Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini hanya mengambil responden yang minimal berusia 17 tahun keatas. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan sebagian dari populasi. Dengan alasan jumlah populasi cukup besar maka penentuan jumlah sampel yang digunakan berdasarkan pendapat Slovin

yang dikutip oleh Umar (2003:253), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

Moe = *Margin of error*, atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolerir, yaitu 10%

$$= ()$$

=

atau tingkat kesalahan

1%

$$n = \frac{n}{1 + N(Moe)^2}$$

$$n = \frac{739}{1 + 2} = 88,08 \text{ Dibulatkan } 89$$

$$1 + 739(0,1)$$

Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 89 pasien.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah :

1. Observasi, dalam hal ini penulis mengumpulkan data dengan mengadakan pengamatan lapangan secara langsung yaitu pencatatan sistematis terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Wawancara, yaitu tanya jawab dengan kepala dan perawat, tentang data-data yang diperlukan.
3. Kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang telah disusun dengan sedemikian rupa kemudian disebarkan kepada responden yang telah ditentukan, selanjutnya didalam menjaring jawaban responden penulis menggunakan skala likert dan data ordinal, sebagai berikut (Sugiyono, 2013:67):
 1. Responden yang memilih huruf a diberi skor 5
 2. Responden yang memilih huruf b diberi skor 4
 3. Responden yang memilih huruf c diberi skor 3
 4. Responden yang memilih huruf d diberi skor 2
 5. Responden yang memilih huruf e diberi skor 1
4. Dokumentar, yaitu dengan mengadakan penelitian perpustakaan guna mendapatkan informasi secara teoritis dari buku-buku / literatur, tulisan-tulisan ilmiah dan lain-lain yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis

Dalam analisis data, sesuai dengan obyek penelitian dimana variabel yang dicurigai lebih dari satu, maka model analisis yang dipergunakan untuk pembuktian

hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, dengan model analisis Regresi Berganda. Adapun model yang dipergunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 \text{ (Sugiyono, 2002:252).}$$

Dimana :

- Y = Kepuasan Pasien a
- = Nilai konstanta b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 =
- Koefisien regresi partial X_1
- = Keandalan / *Reliability*
- X_2 = Daya Tanggap / *Responsiveness*
- X_3 = Jaminan / *Assurance*
- X_4 = Perhatian / *Emphaty*
- X_5 = Bukti Fisik / *Tangible*

Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penulis menggunakan Uji R, Uji R^2 uji F (uji serentak) dan uji t (uji parsial). Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel tidak bebas.

Perhitungan Koefisien Korelasi (R)

Untuk melihat kuatnya pengaruh antara variabel X dengan Y, menggunakan tabel interpretasi Koefisien Korelasi berikut :

Tabel 3.2. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2010:108)

Interpretasi Koefisien Korelasi

Perhitungan koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar pengaruh antara variabel tidak bebas dengan variabel yang bebas, R^2 ini mempunyai jangkauan antara 0 dan 1, semakin dekat dengan ke 1 berarti semakin besar proporsi variabel bebas tersebut menjelaskan variabel yang tidak bebas.

Berikut dinyatakan dengan rumus (Sugiono, 2010:87) sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{SSR}{totalSS}$$

Dimana :

SSR : *Sum of Squares Regression*

Total SS : *Total Sum of Squares*

Uji f

Uji f dipergunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas yang digunakan secara bersama-sama mampu menunjukkan pengaruhnya terhadap variasi variabel tidak bebasnya, atau dapat diartikan apakah model Regresi Berganda sesuai atau tidak.

$$F = \frac{M^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

– ()

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

k = banyaknya variabel bebas

n = ukuran sampel