

EVALUASI SIKAP PASIEN RAWAT INAP KELAS I DAN VIP/VVIP TERHADAP RUMAH SAKIT MUHAMMADIYAH SRUWENG

¹*Ratih Ayuningtiyas*, ²*Susanto*, ³*Mohammad Syafril Nusyirwan*

Korespondensi:

¹Program Studi Pendidikan Dokter

Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) Universitas Abdurrah
Jl. Riau Ujung No. 73 Pekanbaru Pekanbaru, *email: drratihayu@yahoo.com*

²Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit

Fakultas Kesehatan dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Lingkar Barat, Taman Tirto, Kasihan Bantul, Yogyakarta 55183,

Telp: 0274 387656 ext 218, Fax: 0274 387658

³Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit

Fakultas Kesehatan dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Lingkar Barat, Taman Tirto, Kasihan Bantul, Yogyakarta 55183,

Telp: 0274 387656 ext 218, Fax: 0274 387658

ABSTRAK

Latar Belakang: Rumah Sakit (RS) Muhammadiyah Sruweng adalah merupakan Rumah Sakit swasta milik Persyarikatan Muhammadiyah yang terletak di Kabupaten Kebumen Jawa Tengah yang saat ini sedang giat-giatnya mengembangkan diri. Bed Occupation Rate (BOR) selama tahun 2008 dan 2009 berkisar antara 71,72% sampai 78,82%. Meskipun berdasarkan indikator layanan inap kinerja RS Muhammadiyah Sruweng sudah tergolong baik, tetapi tetap perlu dilakukan evaluasi terhadap sikap pasien, terutama pasien kelas I dan VIP/VVIP karena pada dasarnya mereka memiliki kemampuan untuk memilih RS lainnya sebagai tempat perawatan kesehatan mereka. Tujuan penelitian: Mengetahui sikap pasien terhadap RS Muhammadiyah Sruweng melalui atribut-atribut yang melekat pada kelas I dan VIP/VVIP Metode: Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Populasi adalah seluruh pasien rawat inap kelas I dan VIP/VVIP di Rumah Sakit Muhammadiyah Sruweng yang memenuhi kriteria inklusi. Besar sampel yang didapat sebanyak 100 orang. Desain pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Analisis sikap dengan menggunakan Model Sikap Fishbein. Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasien kelas I dan VIP/VVIP memiliki nilai sikap 140,05 sedangkan nilai tertinggi untuk sikap adalah 175,00. Kemudian nilai sikap dari atribut-atribut yang berperan secara dominan dari yang tertinggi ke terendah adalah pelayanan yang islami (21,76), lokasi yang strategis (21,30), pelayanan yang ramah (20,07), kamar yang bersih (19,71), fasilitas pelayanan kesehatan yang memadai (19,62), bangunan RS yang nyaman (19,40) dan penanganannya yang cepat (18,19).

Kata Kunci: Sikap Pasien, Rumah Sakit Muhammadiyah Sruweng

ABSTRACT

Background: Muhammadiyah Hospital of Sruweng is a privately owned by Persyarikatan Muhammadiyah Kebumen that located in Central Java which is currently being actively to develop themselves. Bed Occupation Rate (BOR) during 2008 and 2009 ranged from 71.72% to 78.82%. Although based on performance indicators of inpatient services Muhammadiyah Hospital of Sruweng

was classified as good, but the attitude of patients still needs to be evaluated, especially inpatients in class I and VIP / VVIP because basically they have the ability to choose another hospital as a place of their health care. Objective: Knowing the attitude of patients towards the Muhammadiyah Hospital of Sruweng through the attributes inherent in the class I and VIP / VVIP Methods: This type of research is descriptive research with quantitative and qualitative approaches. The population was all inpatient class I and VIP / VVIP at Muhammadiyah Hospital Sruweng who met the inclusion criteria. Large samples are obtained as many as 100 people. Sampling design was purposive sampling. Analysis of attitudes using Fishbein Attitude Model. Results: Results showed that attitudes score of inpatients in class I and VIP / VVIP is 140.05, while the maximal scores for attitude is 175.00. Then the value of the attitude of the attributes that contribute dominantly from highest to lowest is the ministry of Islamic (21.76), a strategic location (21.30), friendly service (20.07), cleanliness of rooms (19, 71), adequate health care facilities (19.62), a comfortable building of hospital (19.40) and rapid handling (18,19).

Keywords: Patient Attitudes, Muhammadiyah Hospital of Sruweng

PENDAHULUAN

Rumah Sakit (RS) saat ini mulai bergeliat untuk melakukan kegiatan pemasaran dan berada dalam iklim persaingan yang sangat ketat. Masyarakat sebagai pelanggan berada dalam posisi yang lebih kuat karena semakin banyak pilihan rumah sakit yang dapat melayaninya. Meskipun berdasarkan *Bed Occupation Rate* (BOR) pada tahun 2008 sebesar 71,72% dan pada tahun 2009 sebesar 78,82%, kinerja RS Muhammadiyah Sruweng sudah tergolong baik, tetapi tetap perlu dilakukan evaluasi terhadap sikap pasien, terutama pasien kelas I dan VIP/VVIP karena pada dasarnya mereka memiliki kemampuan untuk memilih RS lainnya sebagai tempat perawatan kesehatan mereka.

Perilaku konsumen terutama terbentuk dari sikap konsumen. Setiap orang pernah membicarakan tentang sikap mereka terhadap sesuatu dalam kehidupannya. Mereka menyatakan suka atau tidak suka terhadap sesuatu, termasuk produk atau jasa

yang mereka jumpai dalam kehidupan mereka sebagai konsumen. Suka atau tidak suka ini dinyatakan terhadap atribut yang melekat pada produk maupun jasa tersebut.¹

Sikap Model multi-atribut Fishbein menggambarkan formasi sikap sebagai suatu fungsi dari keyakinan konsumen tentang atribut dan manfaat suatu objek. Model fishbein memungkinkan para pemasar mendiagnosa kekuatan dan kelemahan objek mereka terhadap pesaing dengan menentukan bagaimana konsumen mengevaluasi alternative objek terhadap atribut yang penting.²

Berdasarkan uraian diatas mengenai sikap pasien dan RS Muhammadiyah Sruweng, perlu dilakukan penelitian tentang sikap pasien rawat inap kelas I dan VIP/VVIP terhadap RS Muhammadiyah Sruweng Rumusan masalah dari penelitian ini adalah ‘Bagaimana sikap pasien rawat inap kelas I dan VIP/VVIP terhadap RS Muhammadiyah Sruweng?’

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif, dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

Pendekatan kualitatif dilakukan sebagai penelitian pendahuluan untuk mengetahui atribut-atribut apa saja dari RS Muhammadiyah Sruweng yang bernilai bagi pelanggan dan setelah atribut tersebut

diperoleh, kemudian penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara membagikan kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai atribut rumah sakit kepada keluarga pasien untuk mengevaluasi sikap mereka terhadap RS Muhammadiyah Sruweng.

Subyek Penelitian

Subyek yang diteliti adalah keluarga pasien yang dirawat inap di kelas I dan VIP RS Muhammadiyah Sruweng lebih dari 2 hari, berusia lebih dari 18 tahun, bisa baca tulis dan tidak sakit jiwa. Pasien kunjungan pertama atau ulang yang menjadi subyek penelitian mendapat perlakuan yang sama.

Populasi, Sampel dan Sampling

Populasi merupakan semua pasien kelas I dan VIP yang rawat inap di RS Muhammadiyah Sruweng. Sampel terdiri atas sejumlah pasien yang dipilih dengan kriteria tertentu yang dirawat selama tahun 2011 dengan besar sampel ditentukan dengan menggunakan rumus. Sampling dilakukan dengan cara *purposive sampling*.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terstruktur dengan jawaban tertutup yang terdiri dari dua bagian yang terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Bagian pertama memuat karakteristik responden (usia, jenis kelamin, alamat, tingkat pendidikan dan frekuensi dirawat). Bagian kedua mengenai keyakinan dan evaluasi responden terhadap atribut-atribut yang melekat pada RS Muhammadiyah Sruweng. Penilaian kuesioner pada bagian kedua digunakan skala *Likert* dengan skor 1 sampai dengan 5.

Untuk mendapatkan atribut-atribut dari variabel penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan wawancara terhadap pihak manajemen RS Muhammadiyah Sruweng

Atribut-Atribut yang Dievaluasi

dan petugas bangsal mengenai atribut-atribut unggulan dari kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng. Hasil wawancara ini kemudian dijadikan kuesioner pendahuluan yang kemudian disebarkan kepada 20 responden yang dirawat di kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng. Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk mencocokkan antara atribut yang bermakna dari pihak RS dengan atribut yang bermakna dari pihak pasien kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng. Kuesioner pendahuluan ini dimodifikasi dari kuesioner pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya.³

Analisis Data

Untuk mengukur sikap, salah satu metode yang dilakukan Model Sikap Fishbein. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana konsumen kepercayaan terhadap atribut suatu sehingga membentuk sikap tentang objek, Model Fishbein dapat ditulis seperti di bawah ini :

$$AB = \sum_{i=0}^n b_i e_i$$

AB = sikap total individu terhadap obyek tertentu; b_i =kekuatan keyakinan konsumen bahwa objek memiliki atribut i ; e_i = evaluasi keyakinan individu mengenai atribut i ; n = jumlah kriteria atribut yang relevan.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Subyek Penelitian

Karakteristik subyek penelitian terdiri dari 56% responden berjenis kelamin perempuan, 47% responden berada pada kelompok usia 37 – 54 tahun, 95% responden beralamatkan di Kabupaten Kebumen, 63% responden berpendidikan Sarjana (S1) dan 53% responden telah berkunjung ke pelayanan rawat jalan RSUD PKU Muhammadiyah Bantul sebanyak 2 – 3 kali.

Setelah dilakukan wawancara terhadap pihak manajemen RS dan petugas bangsal

kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng, selanjutnya dilakukan studi pendahuluan (*exploratory*) untuk menilai item pertanyaan yang akan digunakan dalam kuesioner tentang keyakinan dan evaluasi responden terhadap atribut yang melekat pada kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng. Sebanyak 20 orang responden yang dianggap tahu dan dipercaya menjadi sumber informasi mengenai atribut-atribut apa saja yang dianggap berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam memilih RS Muhammadiyah Sruweng sebagai tempat perawatan kesehatan mereka. Studi pendahuluan ini menggunakan kuesioner yang bersifat semi 1.

terbuka sehingga responden memiliki kesempatan untuk menambahkan atribut yang belum tercantum. Pada kuesioner, responden diminta untuk merangking atribut-atribut yang tercantum berdasarkan tingkat kepentingannya, dengan angka 1 merupakan atribut yang diyakini paling penting dan seterusnya sampai 7. Dengan demikian bisa diketahui urutan atribut berdasarkan tingkat kepentingannya. Dalam perhitungannya urutan 1 diberi nilai 7, kemudian 2 diberi nilai 6, dan seterusnya sampai urutan 7 diberi nilai 1. Adapun hasil studi pendahuluan ini dapat dilihat pada Tabel

Tabel 1. Atribut yang diyakini pasien saat dirawat di RS Muhammadiyah Sruweng

No	Atribut	Skor
1	Pelayanan yang islami	97
2	Fasilitas yang lengkap	91
3	Lokasi yang strategis	85
4	Kenyamanan bangunan RS	77
5	Kebersihan	72
6	Pelayanan yang ramah	71
7	Penanganan yang cepat	70

Sumber : Data Primer

Dari hasil studi pendahuluan ini menunjukkan bahwa item-item yang tersebut memiliki skala skor diatas atau sama dengan nilai rata-rata yaitu 70 sehingga dapat dipergunakan untuk kuesioner selanjutnya. Ketujuh atribut tersebut kemudian dibagi menjadi tiga kelompok besar, yaitu pertama, atribut pelayanan atau non fisik yang

mencakup pelayanan yang islami, pelayanan yang ramah dan penanganan yang cepat; kedua, atribut fisik yang mencakup kenyamanan bangunan RS, fasilitas pelayanan kesehatan yang memadai dan kamar yang bersih; serta atribut yang terakhir adalah atribut lokasi yang hanya terdiri dari lokasi yang strategis.

Pengukuran Sikap

Sikap responden ditentukan oleh keyakinan responden terhadap atribut pelayanan kesehatan dan evaluasi terhadap atribut pelayanan kesehatan tersebut. Variabel sikap tersebut kemudian diukur dengan mengacu pada model sikap Fishbein dengan menggunakan rumus $AB = \sum b_i e_i$

Dimana AB adalah sikap total responden terhadap kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng, b_i adalah kekuatan keyakinan responden bahwa kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng memiliki atribut i , e_i adalah evaluasi keyakinan responden mengenai atribut i dan n adalah jumlah atribut yang relevan.

Untuk dapat mengukur sikap ini, pertama-tama frekuensi jawaban responden yang terdiri dari sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju dan sangat setuju dari masing-masing atribut pada variabel keyakinan harus dihitung terlebih dahulu. Adapun hasil penghitungan

dapat dinilai. Pada tabel 4, dapat diketahui nilai sikap total responden terhadap atribut-atribut yang melekat pada kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng adalah sebesar 140,05. Kemudian nilai sikap

Tabel 2. Nilai Keyakinan dari Tiap Atribut

Atribut	STS	TS	RR	S	SS	Total
Pelayanan yang ramah	0	0	12	184	250	446/100 = 4,46
Pelayanan yang Islami	0	0	6	128	330	464/100 = 4,64
Penanganan yang cepat	0	0	12	252	165	426/100 = 4,26
Bangunan RS yang nyaman	0	0	9	232	195	436/100 = 4,36
Fasilitas pelayanan kesehatan yang memadai	0	0	9	216	215	440/100 = 4,40
Kamar yang bersih	0	0	9	228	200	437/100 = 4,37
Lokasi yang strategis	0	0	12	128	320	460/100 = 4,60

Sumber : Data Primer

nilai keyakinan terhadap masing masing total ini akan dimasukkan dalam kategori

Tabel 3. Nilai Evaluasi dari Tiap Atribut

Atribut	STS	TS	RR	S	SS	Total
Pelayanan yang ramah	0	0	6	184	260	450/100 = 4,50
Pelayanan yang Islami	0	0	3	116	350	469/100 = 4,69
Penanganan yang cepat	0	0	12	260	155	427/100 = 4,27
Bangunan RS yang nyaman	0	0	0	220	225	445/100 = 4,45
Fasilitas pelayanan kesehatan yang memadai	0	0	3	208	235	446/100 = 4,46
Kamar yang bersih	0	0	0	196	255	451/100 = 4,51
Lokasi yang strategis	0	0	6	132	325	463/100 = 4,63

Sumber : Data primer

atribut dapat dilihat pada tabel 2. Hal serupa juga dilakukan terhadap variabel evaluasi untuk mengetahui nilai evaluasi dari masing-masing atribut yang dapat dilihat pada tabel 3. Dengan diperolehnya nilai variabel keyakinan dan variabel evaluasi dari masing-masing atribut, maka sikap dari responden dapat diketahui.

Dari nilai keyakinan dan evaluasi yang sudah diperoleh, maka sikap responden akan

sikap responden. Kriteria yang dipergunakan untuk mengukur sikap responden adalah berupa lima butir kategori, yaitu Sangat Positif, Positif, Netral, Negatif dan Sangat Negatif. Setiap angka menunjukkan kategori dari sikap yang dipersepsikan responden, dimana angka 7 menunjukkan total nilai sikap yang

sangat negatif dan angka 175 menunjukkan total nilai sikap yang sangat positif. Berdasarkan total nilai sikap terendah dan tertinggi tersebut, maka dapat dibuat interval dari kategori sikap. Nilai bobot elemen dari sikap dibuat menjadi lima kategori dengan interval untuk masing-masing kategori adalah 33,6. Bertolak dari perhitungan interval di atas, maka kategori dari sikap dapat dijelaskan pada tabel 4. Mengingat total nilai sikap dari responden adalah 140,05, maka nilai ini terletak dalam kategori positif. Hal ini sangat menguntungkan bagi pihak RS Muhammadiyah Sruweng karena responden memiliki sikap positif terhadap atribut-atribut yang melekat pada kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng.

Tabel 4. Hasil Pengukuran Sikap Responden

Atribut	Keyakinan (bi)	Evaluasi (ei)	Total (bi x ei)
Pelayanan yang ramah	4,46	4,5	20,07
Pelayanan yang Islami	4,64	4,69	21,76
Penanganan yang cepat	4,26	4,27	18,19
Bangunan RS yang nyaman	4,36	4,45	19,40
Fasilitas pelayanan kesehatan yang memadai	4,40	4,46	19,62
Kamar yang bersih	4,37	4,51	19,71
Lokasi yang strategis	4,60	4,63	21,30
Total			140,05

Sumber : Data Primer

PEMBAHASAN

Sikap pasien merupakan suatu pernyataan evaluatif dari pasien yang dapat dipelajari tentang pasien yang bersifat konsisten dalam menyukai atau tidak menyukai untuk mendapatkan pelayanan rawat inap di kelas I maupun kelas VIP/VVIP di RS Muhammadiyah Sruweng. Dalam memilih Rumah Sakit sebagai tempat perawatan kesehatan mereka, pasien maupun keluarganya akan mempertimbangkan atribut-atribut yang melekat pada Rumah Sakit bersamaan dengan harapannya terhadap konsekuensi dari atribut Rumah Sakit yang ada. Seperti yang telah dinyatakan oleh para psikolog sosial, sikap terdiri dari tiga komponen, yaitu komponen kognitif, afektif dan konatif. Komponen kognitif ini merupakan pengetahuan dan persepsi yang diperoleh oleh pasien dan keluarganya melalui kombinasi dari pengalaman langsung

dengan obyek sikap, yaitu atribut dari kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng dan berbagai informasi yang terkait yang dapat diperoleh dari berbagai sumber.

Untuk menilai komponen kognitif dari responden dapat dilihat dari nilai yang diperoleh dari variabel keyakinan masing-masing atribut. Sedangkan komponen afektif menggambarkan emosi atau perasaan responden terhadap atribut dari kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng berdasarkan evaluatif mereka sehingga komponen ini dapat dinilai melalui variabel evaluasi. Komponen yang terakhir yaitu komponen konatif. Komponen ini menggambarkan kecenderungan seseorang untuk melaksanakan suatu tindakan dan perilaku berdasarkan komponen kognitif dan komponen afektif yang sudah dialami oleh responden.³

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif diketahui bahwa responden mempunyai sikap yang positif dengan skor 140,05 dimana nilai skor maksimum yang dapat dicapai responden adalah 175. Nilai sikap responden ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap atribut-atribut yang terdapat pada kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng. Dengan mengetahui sikap responden ini akan memberikan beberapa keuntungan kepada pihak pemasar dimana dalam kasus ini adalah pihak RS Muhammadiyah Sruweng. Adapun keuntungan bagi pihak RS dengan mengetahui sikap pasien ini adalah untuk merumuskan serta mengevaluasi strategi promosi, mengetahui segmen yang menguntungkan, dan bahan pertimbangan dalam mengembangkan pelayanan yang baru.⁴ Berikut ini penjelasan dari masing-masing keuntungan.

Keuntungan yang pertama yaitu dapat mengevaluasi promosi yang telah diterapkan selama ini. Seperti yang diketahui, sikap sangat penting dalam mengembangkan strategi promosi. Salah satu promosi yang dilakukan oleh RS Muhammadiyah Sruweng adalah pengobatan massal yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai Bank Tabungan Pembangunan Nasional (BTPN) yang dilakukan setiap bulannya. Melalui pengobatan massal ini, pihak Rumah Sakit secara tidak langsung memperkenalkan fasilitas-fasilitas yang terdapat di RS Muhammadiyah Sruweng dan dapat membentuk sikap positif dari para pensiunan ini terhadap RS Muhammadiyah Sruweng. Sikap positif ini selain akan mendorong para pensiunan ini untuk menggunakan fasilitas pelayanan kesehatan yang tersedia di RS Muhammadiyah Sruweng tetapi juga dapat merekomendasikan RS Muhammadiyah Sruweng kepada anggota keluarganya. Sehingga berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang telah dilakukan selama ini sudah efektif yang

dibuktikan dengan sikap yang positif dari responden.

Keuntungan yang kedua adalah mengetahui segmen yang menguntungkan. Segmentasi dalam pemasaran Rumah Sakit dilakukan untuk menentukan jenis konsumen yang ada di masyarakat yang akan menjadi pengguna dari fasilitas pelayanan kesehatan yang diberikan oleh Rumah Sakit. Dengan diketahuinya sikap positif dari responden, dapat disimpulkan bahwa pasien yang dirawat di kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng merupakan salah satu segmen yang menguntungkan bagi pihak Rumah Sakit.

Keuntungan yang terakhir yang dapat dimanfaatkan dari diketahuinya sikap positif dari pasien kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng adalah dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan pelayanan yang baru. Dengan sikap positif dari responden, apabila pihak Rumah Sakit berkeinginan untuk menambah ruangan kelas I dan VIP/VVIP maupun melengkapi pelayanan kesehatan dengan menambah jenis perawatan kesehatan, hal tersebut masih dimungkinkan.

Pada tabel 4 diketahui besar derajat keyakinan dan evaluasi responden terhadap masing-masing atribut yang melekat pada kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng. Melalui tabel ini, pihak RS Muhammadiyah Sruweng terutama bagian pemasarannya dapat mendiagnosis kekuatan dan kelemahan dari pelayanan kesehatan yang diberikan kepada pasien secara relatif dibandingkan dengan pelayanan kesehatan yang diberikan oleh Rumah Sakit pesaing dengan menentukan bagaimana responden mengevaluasi atribut-atribut yang terdapat pada kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng. Nilai sikap dari atribut-atribut tersebut dihitung dengan rumus keyakinan x evaluasi. Sedangkan nilai maksimum dari masing-masing atribut adalah 25, yang diperoleh dari hasil perkalian nilai maksimum dari keyakinan dan evaluasi.

Sehingga secara umum dapat diketahui bahwa sikap responden terhadap konsekuensi dari masing-masing atribut memiliki nilai positif dimana pelayanan islami merupakan atribut yang paling mendapat nilai paling tinggi yaitu sebesar 21,76 sedangkan atribut yang menyatakan penanganan yang cepat mendapatkan nilai paling rendah dibandingkan atribut lainnya, yaitu sebesar 18,19.

Konsekuensi atribut yang pertama, pelayanan yang ramah, berhubungan dengan kemampuan dari tenaga medis seperti dokter, perawat, laborat dan radiografer, non medis seperti petugas kebersihan, satpam dan tukang parkir dan administratif untuk memberikan pelayanan yang ramah dan sopan terhadap pasien dan keluarganya. Responden mempunyai derajat keyakinan yang cukup tinggi yaitu sebesar 4,46 terhadap konsekuensi dari atribut ini, sedangkan derajat evaluasi juga cukup tinggi, yaitu sebesar 4,5. Adanya peningkatan skor dari keyakinan terhadap evaluasi responden menunjukkan bahwa pasien dan keluarganya memang terbukti mendapatkan pelayanan yang ramah selama dirawat.

Konsekuensi atribut kedua, pelayanan yang islami, berkaitan erat dengan nilai-nilai keislaman yang dirasakan pasien dan keluarganya selama dirawat di RS Muhammadiyah Sruweng. Bukti adanya pelayanan yang islami ini diwujudkan pihak RS Muhammadiyah Sruweng dengan adanya bina rohani islam dan kemuhammadiyah terhadap pasien sehingga selain mendapatkan pengobatan secara medis, pasien juga mendapatkan dukungan spiritual dalam menghadapi sakit yang dialaminya. Selain itu, para pasien juga didampingi perawat untuk membaca doa sebelum minum obat dan adanya murottal yang disiarkan setiap pagi merupakan bentuk usaha dari pihak Rumah sakit untuk mewujudkan Rumah Sakit yang islami. Hal ini ternyata bernilai positif bagi responden, karena skor keyakinan mencapai 4,64 sedangkan skor

evaluasi untuk atribut pelayanan islami mencapai 4,69 sehingga atribut pelayanan yang islami ini mendapatkan skor sikap tertinggi yaitu 21,76. Ini sesuai dengan salah satu penelitian Joshua A. Williams (2011) yang menyatakan bahwa kepuasan pasien rawat inap akan meningkat apabila kebutuhan spiritual mereka terpenuhi.⁶

Konsekuensi atribut ketiga, penanganan yang cepat, menunjukkan seberapa cepat pasien akan mendapat penanganan setelah pasien dinyatakan harus dirawat inap. Berdasarkan skor kepercayaan yang dicapai oleh responden, yaitu sebesar 4,26 dan skor evaluasi responden yaitu sebesar 4,27 menunjukkan sikap yang cukup positif terhadap atribut ini. Jika dibandingkan dengan atribut yang lain, atribut ini memiliki skor sikap yang terendah, yaitu sebesar 18,19. Hal ini dapat terjadi dimungkinkan karena masih terbatasnya jumlah dokter spesialis yang bekerja di RS Muhammadiyah Sruweng. Salah satu cara untuk mengatasi terbatasnya jumlah dokter spesialis ini, maka pihak RS Muhammadiyah Sruweng memperkerjakan dokter umum yang khusus untuk menangani pasien bangsal sehingga pasien tetap mendapatkan penanganan oleh dokter.

Konsekuensi atribut keempat, bangunan RS yang nyaman, menyangkut kemampuan bangunan RS untuk memberikan perasaan nyaman kepada pasien maupun keluarganya selama pasien dirawat di kelas I maupun di kelas VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng. Derajat keyakinan responden untuk atribut ini cukup baik yaitu mencapai 4,36. Sedangkan derajat evaluasi responden ini juga cukup baik, yaitu 4,45. Ini membuktikan bangunan Rumah Sakit mampu memberikan rasa nyaman bagi pasien dan keluarganya. Untuk mengakomodasi kenyamanan pasien dan keluarganya, pihak Rumah Sakit memberikan fasilitas-fasilitas istimewa bagi pasien yang dirawat di kelas I dan VIP/VVIP.

Adapun fasilitas yang didapatkan oleh pasien yang menginap di kelas I adalah kamar berukuran 4 meter x 5 meter yang cuma diisi oleh pasien, *Air Conditioner* (AC)/kipas angin, sofa, televisi dan kamar mandi dalam. Fasilitas yang didapatkan oleh pasien yang dirawat di kelas VIP yaitu kamar berukuran 4 meter x 6 meter yang cuma diisi oleh pasien, *Air Conditioner* (AC), sofa, televisi, tempat tidur bagi penunggu pasien, dan kamar mandi dalam. Sedangkan untuk kelas VVIP mendapatkan fasilitas kamar berukuran 7 meter x 5 meter yang cuma diisi oleh pasien, *Air Conditioner* (AC), tiga buah sofa dan meja yang dapat berfungsi sebagai ruang tamu, televisi, tempat tidur bagi penunggu pasien, dan kamar mandi dalam. Selain itu, disekitar kamar juga terdapat taman-taman.

Berdasarkan penelitian, bangunan Rumah Sakit yang nyaman akan mempengaruhi proses penyembuhan pasien melalui penurunan tingkat stress dan penurunan infeksi nosokomial. Kenyamanan ini terwujud diantaranya dengan menyediakan satu kamar satu pasien (*single bed rooms*), suasana sekitar yang tenang, menyediakan taman-taman yang dapat membantu menurunkan stress yang dialami pasien dan meningkatkan pencahayaan terutama pencahayaan alami⁶.

Konsekuensi atribut kelima, fasilitas pelayanan kesehatan yang memadai, berkaitan dengan kelengkapan fasilitas pelayanan kesehatan yang tersedia bagi pasien untuk memeriksakan kesehatannya. Adapun fasilitas pelayanan kesehatan yang tersedia di RS Muhammadiyah Sruweng yaitu laboratorium dan radiologi, sehingga pasien dapat memanfaatkannya untuk menunjang diagnosis mengenai penyakit yang diderita pasien. Derajat konsumen akan munculnya konsekuensi ini cukup tinggi yaitu 4,40, sedangkan derajat evaluasinya sebesar 4,46. Sehingga adanya fasilitas pelayanan kesehatan yang memadai yang merupakan atribut yang disediakan oleh RS

Muhammadiyah Sruweng mampu memberikan sumbangan yang besar pada pembentukan sikap responden yang positif dan menguntungkan Rumah Sakit.

Konsekuensi atribut keenam, kamar yang bersih, berhubungan dengan kebersihan dan keterawatan segala fasilitas yang ada, mulai dari dalam kamar sampai dengan lingkungan disekitar kamar dari pasien tersebut. Pihak manajemen RS Muhammadiyah Sruweng sangat memperhatikan kebersihan dari Rumah Sakit, yang ditunjukkan dengan tersedianya petugas kebersihan sebanyak 22 orang yang bekerja dalam tiga shift setiap harinya, yaitu pukul 05.30, pukul 12.30 dan pukul 15.00. Sehingga kebersihan baik dari kamar maupun lingkungan sekitar Rumah Sakit sangat terjaga. Atribut kebersihan ini juga memiliki nilai positif yang ditunjukkan dengan derajat nilai keyakinan dari responden sebesar 4,37 dan derajat nilai evaluasi sebesar 4,51. Dengan demikian, konsekuensi dari atribut ini termasuk salah satu atribut yang bermakna bagi responden.

Konsekuensi atribut ketujuh, mendapatkan kemudahan karena lokasi Rumah sakit yang strategis, berkaitan erat dengan dengan tempat dimana Rumah Sakit itu berada. Lokasi memiliki peranan penting dengan kesuksesan suatu jasa.⁷ RS Muhammadiyah dapat dinyatakan memiliki lokasi yang strategis karena mudah untuk diakses oleh sarana transportasi umum karena Rumah sakit ini terletak di pinggir jalan utama jalur selatan dari Yogyakarta ke Jakarta, memenuhi unsur visibilitas yaitu Rumah Sakit dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, memiliki tempat parkir yang luas, nyaman dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat dan yang terakhir tidak memiliki pesaing di sekitar RS Muhammadiyah Sruweng. Rumah Sakit terdekat dari RS Muhammadiyah Sruweng adalah RSUD Kebumen yang berjarak 7 kilometer kearah timur serta RS PKU Muhammadiyah Gombong yang berjarak 10 kilometer kearah barat. Derajat

keyakinan responden terhadap atribut lokasi ini juga termasuk tinggi, yaitu mencapai 4,60 dan diikuti oleh derajat evaluasi yang cukup tinggi pula, yaitu 4,63. Dengan demikian responden menilai bahwa dengan dirawat di kelas I dan VIP/VVIP RS Muhammadiyah Sruweng mereka akan mendapatkan kemudahan-kemudahan sehubungan dengan lokasi Rumah Sakit yang strategis. Kondisi ini juga akan menimbulkan sikap responden yang positif dan menguntungkan Rumah Sakit.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai jawaban atas permasalahan yang ada didalam penelitian ini bahwa pasien rawat inap kelas I dan VIP memiliki sikap positif terhadap atribut-atribut jasa yang diberikan oleh RS Muhammadiyah Sruweng. Hal ini menguntungkan pihak RS Muhammadiyah Sruweng karena sikap yang positif akan membantu pemasaran RS Muhammadiyah Sruweng untuk mengetahui segmen yang menguntungkan, mengembangkan produk pelayanan yang baru serta mengembangkan dan mengevaluasi strategi promosi yang telah dilaksanakan selama ini. Pihak RS Muhammadiyah Sruweng disarankan agar mempertahankan sikap responden yang positif dan memperkuat derajatnya dengan cara sebagai berikut:

1. Pihak RS Muhammadiyah Sruweng hendaknya memperbaiki atribut RS Muhammadiyah Sruweng yang masih memiliki derajat sikap yang rendah yaitu penanganan yang cepat. Adapun cara untuk memperbaikinya diantaranya adalah menambah jumlah dokter spesialis yang bekerja di RS Muhammadiyah. Penambahan jumlah dokter ini dapat dilakukan dengan menyekolahkan dokter

umum untuk Program Pendidikan Dokter Spesialis.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami penelitian tentang sikap pasien, sebaiknya memilih responden dari unit fungsional lain dari RS Muhammadiyah Sruweng dan menambahkan variabel lain yang lebih relevan.

REFERENSI

- 1.Engel, Blackwell, dan Miniard. Perilaku Konsumen, Binarupa Aksara. 1994 Jakarta
- 2.Tjiptono, F. *Service Marketing* Esensi dan Aplikasi, Marknesis. 2009. Yogyakarta
- 3.Prasetya, M.E. Analisis Sikap Para Tamu Dalam Menggunakan Fasilitas dan Pelayanan Hotel Natour Garuda Yogyakarta. Tesis S2, Program Pasca Sarjana. 1998. Universitas Gadjah Mada : Yogyakarta.
- 4.Simamora, B. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama. 2002. Jakarta
- 5.Assael, H. *Consumer Behavior and Marketing Action*. 2001. Thomson Learning : Singapore
- 6.Williams, A.J et al.. *Attention to Inpatients' Religious and Spiritual Concerns: Predictors and Association with Patient Satisfaction*. 2011. http://www.researchgate.net/publication/51459336_Attention_to_Inpatients%27_Religious_and_Spiritual_Concerns_Predictors_and_Association_with_Patient_Satisfaction
- 7.Ulrich R, Quan X, Zimring C et al.. *The Role of the Physical Environment in the Hospital of the 21st Century: A Once-in-a-Lifetime Opportunity*. 2004. <http://www.rwjf.org/files/publications/other/RoleofthePhysicalEnvironment.pdf>