

## HUBUNGAN PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH SAKIT DAERAH BESEMAH KOTA PAGARALAM

RUAMAN YUDIANTO  
AHMAD FERIYANSYAH  
SASTRA MICO

Dosen STIE Lembah Dempo  
*E-Mail: ruaman.yudianto@yahoo.com*

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode Populasi dan Sampel. Metode analisis yang digunakan dalam menganalisis permasalahan yang ditemukan menggunakan metode asosiatif dengan menganalisis data yang terkumpul dari sampel dengan menggunakan pendekatan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Sakit Daerah Besemah Pagaralam merupakan sarana pelayanan kesehatan pemerintah yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan secara bermutu, terjangkau, adil dan merata. Pelayanan kesehatan dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat dan sangat strategis dalam upaya meningkatkan status kesehatan masyarakat baik golongan atas maupun golongan bawah khususnya di Kota Pagar Alam. Berdasarkan hasil pengujian signifikansi pada bagian pembahasan yang dilakukan dengan menggunakan rumus regresi sederhana, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif walaupun relatif lemah, dimana dapat kita lihat dari persamaan garis regresi  $Y = 3,03 + 0,9 (X)$ . Hal tersebut menerangkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam sangat berhubungan dengan kepuasan konsumen rumah sakit. Dari hasil pengujian koefisien korelasi hasilnya pun positif yaitu 0,61. Jumlah nilai tersebut terletak diantara 0,60 dan 0,90 dan hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara nilai kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada rumah sakit daerah besemah.

**Kata kunci:** *Mutu Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.*

---

### I. PENDAHULUAN

Jasa pelayanan lebih menekankan pada kata pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten mempertemukan harapan konsumen dan sistem kinerja pelayanan. Sedangkan dari sisi kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan

seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja produk yang dirasakan setelahnya. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan

untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan atau instansi terkait dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan pada gilirannya kepuasan tersebut dapat menciptakan kesetiaan loyalitas konsumen.

Kunci sukses dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu: frekuensi, format, isi, desain isi, melibatkan setiap orang, mengukur kepuasan setiap orang, kombinasi berbagai ukuran, hubungan dengan kompensasi dan reward lainnya, penggunaan ukuran secara simbolik, dan bentuk pengukuran lainnya. Terdapat 5 (lima) dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kepuasan yang dirasakan oleh konsumen yaitu: *Responsivness* (daya tanggap/kesigapan), *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (perhatian) dan *Tangibles* (kemampuan fisik).

Kesehatan merupakan salah satu hal yang paling diutamakan dari berbagai aspek kehidupan, seperti aspek ekonomi, sosial, hingga manajemen. Tanpa kesehatan semua aspek kegiatan yang ingin dicapai akan terhambat bahkan tidak dapat berjalan sebagaimana yang ingin dicapai karena faktor kesehatan sangatlah mempengaruhi kegiatan-kegiatan lainnya. Ruang lingkup kesehatan sangat erat kaitannya dengan ruang lingkup manajemen karena interaksi manajemen sangat mempengaruhi ruang lingkup pelayanan kesehatan seperti di beberapa rumah sakit tertentu. Dalam sisi manajemen, sudah semestinya perusahaan atau instansi yang mau bertahan dalam mengembangkan citra positifnya maka kualitas pelayanan haruslah

dikedepankan agar dapat menciptakan kepuasan konsumen karena seberapa bagus jasa yang diberikan, maka akan sia-sia jika tidak didukung oleh kualitas pelayanan yang prima.

Rumah Sakit Daerah Besemah Pagaralam merupakan sarana pelayanan kesehatan pemerintah yang wajib menyelenggarakan pelayanan kesehatan secara bermutu, terjangkau, adil dan merata. Pelayanan kesehatan sangatlah dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat dan sangat strategis dalam upaya meningkatkan status kesehatan masyarakat baik golongan atas maupun golongan bawah khususnya di Kota Pagaralam. Dalam hal ini, penulis melihat terdapat kurangnya maksimalisasi pelayanan karyawan di Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam khususnya dalam hal ketanggapan. Hal ini terlihat saat beberapa pengunjung yang baru pertama kali masuk rumah sakit tersebut, mereka begitu kebingungan dalam mengikuti prosedur-prosedur cara berobat ke poli yang ingin mereka tuju. Padahal disana sudah ada pusat informasi tempat mereka bertanya, akan tetapi mungkin pengunjung baru tersebut kurang respon terhadap prosedur informasi yang sudah ada. Jika ditelaah lebih dalam sebenarnya hal ini bukanlah sepenuhnya kesalahan pengunjung itu sendiri melainkan karena kurangnya ketanggapan dari para karyawan rumah sakit tersebut dalam menghadapi karakter pengunjung yang kurang *responsive*. Apabila hal ini dibiarkan terus menerus maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi respon negatif khususnya dari pengunjung yang masih awam terhadap prosedur berobat di Rumah Sakit. Masalah kualitas pelayanan ini sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan

hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti akan memfokuskan penelitian pada “**Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaram**”.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Landasan Teori

#### 2.1.1. Kualitas Pelayanan

Pada dasarnya setiap instansi dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima dan berkualitas, dengan begitu standar kualitas pelayanan harus diterapkan agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Selain itu perusahaan juga dituntut untuk membahagiakan serta memuaskan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sesuai serta bernilai tambah bagi pelanggan. Kualitas pelayanan akan menjadi dasar bagi kepuasan konsumen (*customer satisfaction*), *customer satisfaction* merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dan dikelola dengan baik karena akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen baik itu untuk jangka pendek ataupun jangka panjang.

Menurut (Suprianto,2010:9) Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta konsumsinya lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Kualitas layanan dapat diwujudkan dengan memberikan layanan kepada konsumen dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen. Ketidakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi layanan tersebut tentunya akan memberikan kontribusi terhadap tingkat layanan secara keseluruhan, sehingga upaya untuk meningkatkan kualitas layanan untuk

masing-masing dimensi layanan harus tetap menjadi perhatian.

Berdasarkan definisi ini, maka kualitas pelayanan tidak ditinjau berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi berdasarkan sudut pandang pengguna jasa. Sehingga timbul dua faktor penting yang mempengaruhi kualitas pelayanan yakni harapan konsumen mengenai pelayanan yang akan diterima (*expected service*) dan pandangan konsumen mengenai pelayanan yang telah diterima (*perceived service*). Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

#### 2.1.2. Strategi Pelayanan

Bagi suatu instansi yang bergerak dibidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti instansi harus memberikan pelayanan berkualitas (*service quality*) kepada pelanggan. Terdapat dua pendekatan pelayanan berkualitas yang populer digunakan kalangan bisnis Amerika dan kini telah menyebar keberbagai Negara di dunia. Pendekatan pertama dikemukakan oleh Karl Albrcht yang mendasarkan pendekatannya pada dua konsep pelayanan berkualitas, yaitu:

##### 1). *Service Triangle*

Merupakan suatu model interaktif manajemen pelayanan yang menghubungkan antara perusahaan

dengan pelanggannya. Model tersebut terdiri dari tiga elemen dengan pelanggan sebagai titik fokus (Albrecht and Zemke, dalam Budi W. Soetjipto, 2007), yaitu strategi pelayanan (*service strategy*), sumber daya manusia yang memberikan pelayanan (*service people*), dan sistem pelayanan (*service system*).

#### 2). *Total Quality Service*

Merupakan pelayanan mutu terpadu yang berfokus pada kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan berkualitas kepada orang yang berkepentingan dengan pelayanan (*stakeholders*).

Untuk itu diperlukan kerangka dalam manajemen perusahaan sehubungan dengan proses peningkatan kualitas yang didasarkan pada dua orientasi :

##### a. Pertama

Orientasi pemasaran dimana perusahaan berusaha memenuhi semaksimal mungkin kebutuhan dan persyaratan yang ditetapkan pelanggan. Disamping itu perusahaan juga berupaya meningkatkan pangsa pasar, efisiensi serta produktivitas.

##### b. Kedua

Orientasi internal perusahaan dimana perusahaan berusaha menghindari *losses*, *spills*, *waste*, dan *scrap*. Selain itu juga diusahakan adanya maksimalisasi usaha karyawan, penghematan energi sumber daya manusia dan pengidentifikasian peluang pemecahan masalah betapapun kecilnya.

#### 2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan

Dalam hal ini, terdapat beberapa faktor-faktor yang mendukung kualitas pelayanan :

- 1) Faktor Kesadaran
- 2) Faktor Aturan

- 3) Faktor Organisasi
- 4) Faktor Pendapatan
- 5) Faktor Kemampuan Dan Keterampilan
- 6) Faktor Sarana Pelayanan

#### 2.1.4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut (Sunarto, 2012:97) tujuan dari dimensi dasar dari kualitas yaitu :

- 1) Kinerja
- 2) Interaksi Pegawai
- 3) Reliabilitas
- 4) Daya Tahan
- 5) Ketepatan Waktu dan Kenyamanan
- 6) Estetika
- 7) Kesadaran Akan Merek

Dalam perkembangan selanjutnya mengatakan bahwa konsumen dalam melakukan penilaian terhadap kualitas jasa ada lima dimensi kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan:

##### a. *Tangible*

Yaitu meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

##### b. *Emphaty*

Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

##### c. *Responsiveness*

Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

##### d. *Realibility*

Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segala keakuratan, kehandalan dan memuaskan.

##### e. *Assurance*

Yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang memiliki nilai lebih dari staf (bebas

dari bahaya, resiko dan keraguan).

### 2.1.5. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut (Kotler, 2010:6) Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jadi kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen.

### 2.1.6. Metode Mengukur Kepuasan Konsumen

Menurut pandangan (Kotler, 2010:16) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

- 1) Sistem keluhan pelanggan
- 2) Survei kepuasan pelanggan
- 3) Belanja konsumen (*ghost hopping*)
- 4) *Lost Customer Analysis*

Yakni perusahaan seyongyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti atau telah berpindah pemasok agar dapat mengambil kebijakan mengapa hal ini terjadi.

### 2.1.7. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

- a. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produksi inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah pelanggan yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior.
- c. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil tidak sering ngadat/macet/rewel/rusak.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar daripada mobil sedan.
- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil. Umumnya daya tahan buatan Amerika atau Eropa lebih baik daripada mobil buatan Jepang.
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi; serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan

hingga puma juul yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

**2.1.8. Strategi Menciptakan Kepuasan Konsumen**

Berbicara mengenai strategi artinya juga berada dalam kondisi persaingan dengan kompetitor. Masing-masing berusaha menarik lebih banyak pelanggan demi kelangsungan usahanya. Dalam era persaingan bebas tidak ada satupun yang aman tanpa persaingan. Mengambil kutipan/artikel dari suatu website tentang kepuasan konsumen dan juga hal ini berkaitan dengan konsep dalam pemasaran Jasa menyatakan bahwa:

1. Ada dua strategi yang menjadi dasar dalam menghadapi perilaku konsumen/pelanggan yaitu:
  - a. Strategi menyerang
  - b. Strategi defensif atau bertahan.
2. Memberikan jaminan atas layanan atau produk yang anda jual.
3. Menciptakan hubungan personal karyawan/pemilik perusahaan dengan pelanggan (*customer relationship*).
4. Mampu mengantisipasi perubahan atau penambahan harapan pelanggan dengan meningkatkan kemampuan internal karyawan untuk pelayanan, dan sebagainya.

**2.1.9. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen**

Kualitas pelayanan akan menjadi ukuran bagi kepuasan seorang konsumen (*customer satisfaction*). *Customer satisfaction* merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dan dikelola dengan baik karena akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen baik itu untuk jangka pendek ataupun jangka panjang. Kualitas pelayanan adalah sebagai

suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap *excellence* (keterandalan) dan *sales ecounter* yang dilakukan oleh konsumen. Sedangkan kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kenyataan yang diterima dengan harapannya, Umar (2012:12).

**2.2. Penelitian Terdahulu**

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Hasil	Sumber
Hendrianto Agus (2011)	<i>Hubungan Pelayanan Dengan Tingkat Kepuasan Penumpang Bus PO. Sinar Dempo (Trayek Pagaralam-Jakarta).</i>	Dari hasil pengujian signifikansi $Y=25,9+0,3(X)$ hal ini menunjukkan pelayanan berhubungan dengan kepuasan akan tetapi hubungannya tidak besar.	Agus Hendrianto, Penelitian STIE Lembah Dempo Pagaralam.

**III. METODELOGI PENELITIAN**

**3.1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian yang bersifat asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan atau pengaruh dari dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2011:10). Penelitian ini juga menggunakan analisis data kuantitatif yaitu suatu penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, ataupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan beserta pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh

pembenaran (verifikasi) dalam bentuk dukungan data empiris dilapangan.

### 3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam yang beralamat di Jln. Ade Irma Suryani Nasution No.03 Kelurahan Beringin Jaya Kecamatan Pagar Alam Utara.

#### 2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah 6 (enam) bulan, mulai dari bulan Maret s/d September 2019.

### 3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan suatu himpunan unit yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya (Kuncoro, 2011:22). Adapun yang menjadi populasi dari penelitian ini yaitu seluruh pengunjung Rumah Sakit Daerah Kota Pagaralam sebanyak 100 orang.

#### 2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi yang diperoleh, jumlah sampel yang diambil sebanyak 20 responden yaitu pengunjung yang berobat di Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagar Alam.

#### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara acak (*random sampling*) yaitu suatu metode pemilihan sampel yang dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama

untuk dipilih sebagai anggota sampel.

### 3.4. Jenis Data Dan Metode Pengumpulan Data

#### 1. Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer dan data sekunder (Husen Umar, 2010:43) adalah sebagai berikut :

##### a. Data Primer

Data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti, data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil pengisian kuisisioner, Husein Umar (2010:43). Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban responden dari daftar pertanyaan yang diberikan kepada pengunjung Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data atau pihak lain.

#### 2. Metode Pengumpulan Data

Yaitu teknik pengumpulan data oleh peneliti dengan mengadakan pengamatan secara langsung pada bagian kegiatan operasional perusahaan yang berkaitan dengan variabel yang akan dibahas kemudian dilakukan pengisian kuisisioner oleh pengunjung Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam.

##### a. Dokumentasi.

Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara melihat laporan, buku, catatan, dan lain-lainya mengenai objek penelitian.

##### b. Kuisisioner

Yaitu suatu daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden yang

terdiri dari baris-baris dan kolom-kolom untuk diisi pendapat mereka masing-masing.

### 3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisa regresi sederhana, yaitu usaha memperkirakan perubahan, supaya tidak terjadi kesalah pahaman bahwa peramalan tidak selamanya memberikan jawaban pasti tentang apa yang terjadi, melainkan mencari pendekatan apa yang akan terjadi. Maka dari itu untuk membahas masalah yang ada, penulis menggunakan Analisis Regresi untuk mengukur kuat lemahnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen, dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y : Kepuasan konsumen yang dirasakan oleh seluruh pengunjung Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam.

X : Pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam dengan para pengunjung/konsumennya.

a : Konstanta, dan b : Variabel Pelayanan

e : error

Kaidah Pengujian Signifikansi :

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima artinya tidak signifikan

Dengan taraf signifikan ( $\infty$ ) = 0,01 atau ( $\infty$ ) = 0,05

## IV. HASIL PENELITIAN

### 4.1 Temuan Penelitian

Pada tahun 1920 di Pagar Alam telah terdapat Rumah Sakit yang didirikan oleh Sembilan

*Maatschap*/untuk memberikan pelayanan kesehatan bagi karyawan (*Contracten*) *Maatschapy* perkebunan didaerah Pasemah Landen (Tanah Besemah) yang dinamakan "*Juliana Hospital Van Negern Onderneming*" pada saat itu dikelola dr. H. J. Zurbeek. Atas prakarsa beberapa perkebunan milik Kolonial Belanda yaitu perkebunan the gunung Dempo, perkebunan karet Suka Cinta, perkebunan kopi Padang Karet dan perkebunan the Tanjung Keling, maka pada tahun 1931 didirikanlah fasilitas kesehatan rawat inap oleh Pemerintah Kolonial Belanda bertempat di Balai Istirahat.

Pada zaman pendudukan Jepang dari tahun 1942 s/d 1945 sebagian dari zaal rumah sakit tersebut digunakan untuk asrama bagi taruna pendidikan Militer Jepang Gyo Gun. Seiring dengan kemerdekaan yang diraih oleh tahun 1954 didirikanlah Rumah Sakit Umum Pagar Alam yang bertempat di Jalan Ade Irma Suryani Nasution (Depan Polsek Pagar Alam Utara) pada tahun 1958 Rumah Sakit Umum Pagar Alam diresmikan oleh Wakil Presiden Pertama R. I. Bung Hatta.

Pembangunan gedung rumah sakit Daerah Besemah ini ditandai dengan peletakan batu pertama oleh Walikota Pagar Alam Bapak H. Djazuli Kuris dan selesai pada akhir tahun 2007, diresmikan oleh Gubernur Sumatera Selatan Bapak Syahril Oesman pada tanggal 15 Januari 2008, dan operasional mulai berjalan sejak bulan Maret 2008.

Dengan sudah dimanfaatkannya gedung baru RSD Besemah maka pelayanan dan sarana prasarana mulai ditingkatkan. Pencapaian pembangunan RSD Besemah Kota Pagar Alam dari tahun 2006 s/d 2011 dengan Walikota H. Djazuli Kuris antara lain adalah:



- 1) Pembangunan Gedung Baru Rumah Sakit
- 2) Peningkatan SDM RS
- 3) Pengembangan Pelayanan
- 4) Peningkatan sarana prasarana sesuai standar Kelas C
- 5) Meningkatnya Kebersihan RS yang mendukung tercapainya Adipura
- 6) MOU dengan instansi pendidikan
- 7) Persiapan PKK-BLUD
- 8) MOU dengan Kemenkes (PPDK BK)

Nama Rumah Sakit : Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagar Alam  
 Kode : 16.04.0.31  
 Alamat : Jl. Ais Nasution No. 3 Pagar Alam Utara Kode Pos 31511 Telp. (0730) 621036 Fax. (0730) 621798

### 1. Visi dan Misi

#### Visi

“Sebagai Rumah Sakit yang terakreditasi dengan mendayagunakan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tepat oleh sumber daya manusia yang professional untuk kemaslahatan masyarakat dan organisasi”

#### Misi

1. Menyelenggarakan pelayanan kesehatan rujukan yang berkualitas dan terjangkau oleh masyarakat
2. Melaksanakan pelayanan kesehatan secara professional sesuai dengan standar akreditasi
3. Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan bidang dan profesi
4. Mengembangkan sarana dan prasarana yang menuju teknologi canggih dan bermutu tinggi

### 2. Struktur Organisasi Rumah Sakit Daerah Besemah Pagaralam

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka atau bentuk hubungan yang menggambarkan proses kombinasi pekerjaan dan tempat suatu kelompok atau orang-orang yang menjalankan tugas sesuai dengan bidangnya masing-masing.

#### 4.2 Pembahasan

Adapun dalam penelitian ini peneliti menguji dengan menggunakan rumus regresi serta pengujian dengan koefisien korelasi untuk melihat apakah ada hubungan antara pelayanan dengan kepuasan konsumen Rumah Sakit Daerah Besemah Pagaralam, pada rumus ini variabel X dinyatakan sebagai pelayanan sedangkan Y adalah kepuasan konsumen.

Penyelesaian :

1. Membuat  $H_a$  dan  $H_0$  dalam bentuk kalimat

$H_0$  : Terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan pelayanan pada Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam.

$H_a$  : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan pelayanan pada Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam.

2. Membuat  $H_a$  dan  $H_0$  bentuk statistik

$$H_a : r \neq 0$$

$$H_0 : r = 0$$

3. Membuat tabel bantu untuk menghitung angka statistik.

**Tabel 4.2 Perhitungan Rata-Rata Dari Penilaian Pelayanan dan Kepuasan konsumen Pada Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam**

No	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	X.Y
1	36	45	1296	2025	1620
2	42	43	1764	1849	1806
3	34	32	1156	1024	1088
4	33	32	1089	1024	1056
5	40	30	1600	900	1200
6	38	34	1444	1156	1292
7	40	31	1600	961	1240
8	33	37	1089	1369	1221
9	40	36	1600	1296	1440
10	44	39	1936	1521	1716
11	37	39	1369	1521	1443
12	40	38	1600	1444	1520
13	37	41	1369	1681	1517
14	38	40	1444	1600	1520
15	37	39	1369	1521	1443
16	34	38	1156	1444	1292
17	35	41	1225	1681	1435
18	36	36	1296	1296	1296
19	39	38	1521	1444	1482
20	40	41	1600	1681	1640
21	33	41	1089	1681	1353
22	36	35	1296	1225	1260
23	39	40	1521	1600	1560
24	37	40	1369	1600	1480
25	36	33	1296	1089	1188
26	39	31	1521	961	1209
27	34	40	1156	1600	1360
28	40	43	1600	1849	1720
29	41	37	1681	1369	1517
30	40	36	1600	1296	1440
31	34	30	1156	900	1020
32	36	34	1296	1156	1224
33	35	40	1225	1600	1400
34	41	30	1681	900	1230
35	42	35	1764	1225	1470
36	42	31	1764	961	1302
37	40	36	1600	1296	1440
38	37	38	1369	1444	1406
39	38	44	1444	1936	1672
40	40	38	1600	1444	1520
<b>Jumlah</b> <b>(Σ)</b>	<b>1513</b>	<b>1482</b>	<b>57551</b>	<b>55570</b>	<b>56338</b>

Sumber : Data Diolah. 2019

4. Memasukan angka-angka statistik dari tabel bantu ke rumus regresi

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{40(56338) - (1513) \cdot (1482)}{40(57551) - (1513)^2}$$

$$b = \frac{2253520 - 2242266}{2302040 - 2289169}$$

$$b = \frac{11254}{12871}$$

$$b = 0,9$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \left( \frac{\sum X}{n} \right)$$

$$a = \frac{1482}{40} - 0,9 \left( \frac{1513}{40} \right)$$

$$a = 37 - 0,9 \cdot (37,8)$$

$$a = 37,05 - 34,02$$

$$a = 3,03$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,03 + 0,9 (X)$$

Jika kepuasan konsumen adalah Y, sedangkan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit Daerah Besemah Pagaralam merupakan X, maka besarnya pelayanan juga dapat berhubungan dengan kepuasan para konsumen Rumah Sakit. Dimana dapat kita lihat dari persamaan Y= a + bX yang berarti kepuasan dengan pelayanan menunjukkan frekuensi sebesar 3,03.

Dengan demikian jika suatu pelayanan dihitung dengan koefisien sebesar 0,9 maka pelayanan akan meningkat sebesar 90 %, ini berarti jika pelayanan sebesar 90 % maka kepuasan pengunjung juga bertambah sebesar 90 %.

Menguji signifikansi dengan langkah-langkah berikut:

Mencari jumlah kuadrat regresi ( $JK_{Reg}$ )

(a) :

$$JK_{Reg(a)} = \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$JK_{Reg(a)} = \frac{(1482)^2}{40}$$

$$JK_{Reg(a)} = \frac{2196324}{40}$$

$$JK_{Reg(a)} = 54908,1$$

Perhitungan diatas menjelaskan bahwa jumlah kuadrat regresi (a) berjumlah 54908,1 hasil tersebut didapat dari perhitungan jumlah  $\sum Y^2$  dibagi dengan jumlah n atau jumlah sampel yang telah didapat yaitu berjumlah 40. Berdasarkan perhitungan tersebutlah jumlah kuadrat regresi (a) didapatkan.

Mencari jumlah kuadrat regresi

( $JK_{Reg[b/a]}$ ) :

$$JK_{Reg[b/a]} = b \cdot \left\{ \sum xy - \frac{(\sum X) \cdot (\sum Y)}{n} \right\}$$

$$JK_{Reg[b/a]} = 0,9 \cdot \left\{ 56338 - \frac{(1513) \cdot (1482)}{40} \right\}$$

$$JK_{Reg[b/a]} = 0,9 \cdot \left\{ 56338 - \frac{2242266}{40} \right\}$$

$$JK_{Reg[b/a]} = 0,9 \cdot \{ 56338 - 56056,6 \}$$

$$JK_{Reg[b/a]} = 0,9 \cdot \{ 281,4 \}$$

$$JK_{Reg[b/a]} = 253,3$$

Dalam hal ini, perhitungan tersebut menjelaskan bahwa jumlah kuadrat regresi (b/a) berjumlah 253,3 hasil tersebut didapat dari perhitungan nilai (b) yaitu 0,9 dikali  $\sum XY$  lalu dikurangkan dengan perkalian antara  $\sum X$  dengan  $\sum Y$  yang dibagikan dengan jumlah n atau jumlah sampel yang telah didapat yaitu berjumlah 40. Berdasarkan perhitungan tersebutlah nilai kuadrat regresi (b/a) didapatkan.

Mencari jumlah kuadrat residu ( $JK_{Res}$ )

$$JK_{Res} = \sum Y^2 - JK_{Reg[b/a]} - JK_{Reg[a]}$$

$$JK_{Res} = 55570 - 253,3 - 54908,1$$

$$JK_{Res} = 408,6$$

Berdasarkan perhitungan tersebut menjelaskan bahwa jumlah kuadrat residu berjumlah 408,6 hasil ini didapat dari perhitungan nilai  $\sum Y^2$  dikurangkan dengan  $JK_{Reg[b/a]}$  lalu dikurangkan lagi dengan  $JK_{Reg[a]}$ . Dari perhitungan tersebutlah nilai jumlah kuadrat residu didapat.

Mencari rata-rata jumlah kuadrat residu

$RJK_{Res}$

$$RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2}$$

$$RJK_{Res} = \frac{408,6}{40-2}$$

$$RJK_{Res} = \frac{408,6}{38}$$

$$RJK_{Res} = 10,7$$

$$RJK_{Res} = 10,7$$

Sedangkan hasil rata-rata jumlah kuadrat residu didapatkan dari perhitungan jumlah kuadrat residu yang dibagikan dengan hasil pengurangan nilai n yang dikurang dengan dua, maka didapatkanlah nilai  $RJK_{Res} = 10,7$ .

Menguji signifikansi

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{Reg(b/a)}}{RJK_{Res}}$$

$$F_{hitung} = \frac{253,3}{10,7}$$

$$F_{hitung} = 23,7$$

Berdasarkan hasil uji Signifikansi jumlah  $F_{hitung}$  didapatkan nilai 23,7.

Kaidah pengujian signifikansi

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  di tolak artinya signifikan

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  di terima artinya tidak signifikan

Dengan taraf signifikan ( $\infty$ ) = 0,05

Carilah nilai  $F_{tabel}$  menggunakan tabel F.

$$F_{tabel} = F \{ (1-\alpha)(dk_{Reg[b/a]})(dk_{Res}) \}$$

$$F \{ (1 - 0,05)(dk_{Reg[b/a]} = 1) \cdot (Rjk_{Res} = 10,7) \}$$

$$F \{ (0,95) \cdot (10,7) \}$$

$$F_{tabel} = 10,2$$

Ternyata  $F_{hitung} > F_{tabel} = 23,7 > 10,2$ .

Maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan

Dari uji diatas dapat kita simpulkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar nilainya dari pada  $F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian terdapat hubungan yang cukup signifikan dimana dapat kita lihat dengan perbandingan  $23,7 > 10,2$ . Maka kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Rumah Sakit Daerah Besemah Pagaram memiliki hubungan yang positif dengan tingkat

kepuasan para pengunjung Rumah Sakit tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang telah dipaparkan oleh (Kotler, Juliansyah, 2010:6) yakni pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Kaidah pengujian koefisien korelasi

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) \cdot (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$r = \frac{40 (56338) - (1513) \cdot (1482)}{\sqrt{\{40 (57551) - (1513)^2\} \cdot \{40 \cdot (55570) - (1482)^2\}}}$$

$$r = \frac{2253520 - 2242266}{\sqrt{\{(2302040) - (2289169)\} \cdot \{(2222800) - (2196324)\}}}$$

$$r = \frac{11254}{\sqrt{(12871) \cdot (26476)}}$$

$$r = \frac{\sqrt{340772596}}{11254}$$

$$r = \frac{18460,027}{11254}$$

$$r = 0,61$$

Oleh karena, nilai  $r = 0,61$  terletak antara 0,60 dan 0,90, maka terdapat hubungan positif antara pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Daerah Besemah Pagaralam.

## V. PENUTUP

### 5.1 Simpulan

Bagian ini peneliti membuat beberapa kesimpulan yang dianggap penting dari uraian pada bagian terdahulu serta memberikan saran untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh pihak-pihak terkait dalam pengelolaan Rumah Sakit Daerah Besemah Pagaralam yang diharapkan berguna untuk lebih meningkatkan pelayanan dalam rangka memberikan kepuasan bagi para konsumen ataupun

para pasien, berikut ini beberapa kesimpulan yang dapat ditarik oleh peneliti :

1. Rumah Sakit Daerah Besemah Pagaralam merupakan sarana pelayanan kesehatan pemerintah yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan secara bermutu, terjangkau, adil dan merata. Pelayanan kesehatan dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat dan sangat strategis dalam upaya meningkatkan status kesehatan masyarakat baik golongan atas maupun golongan bawah khususnya di Kota Pagar Alam.
2. Berdasarkan hasil pengujian signifikansi pada bagian pembahasan yang dilakukan dengan menggunakan rumus regresi sederhana, dapat diketahui bahwa pelayanan mempunyai hubungan yang positif walaupun relatif lemah, dimana dapat kita lihat dari persamaan garis regresi  $Y = 3,03 + 0,9 (X)$ . Hal tersebut menerangkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Rumah Sakit Daerah Besemah Kota Pagaralam sangat berhubungan dengan kepuasan konsumen rumah sakit.
3. Dari hasil pengujian koefisien korelasi hasilnya pun positif yaitu 0,61. Jumlah nilai tersebut terletak diantara 0,60 dan 0,90 dan hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara nilai pelayanan dengan kepuasan konsumen pada rumah sakit daerah besemah.

### 5.2 Saran

Secara umum hasil penelitian ini memang sesuai dengan hipotesis yang telah di uraikan pada bagian sebelumnya, akan tetapi untuk jangka pendek dan jangka panjang peneliti

mengemukakan beberapa saran dalam rangka untuk membuat pihak pengelola ataupun manajemen Rumah Sakit Daerah Besemah Pagaralam dapat lebih maju dan bertahan sebagai rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan prima kepada para konsumen dan juga guna menciptakan tingkat kepuasan konsumen yang sesuai dengan harapan para pengunjung rumah sakit tersebut.

Adapun saran-saran dari peneliti yakni sebagai berikut :

1. Dalam usaha memberikan pelayanan serta kepuasan kepada para konsumen, hendaknya sikap ramah tamah, sopan santun dan kedisiplinan dimaksimalkan.
2. Pihak rumah sakit agar lebih meningkatkan kepuasan konsumen serta memperhatikan dan menganalisa faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan para konsumen rumah sakit tersebut.
3. Pihak rumah sakit hendaknya mempertahankan ataupun meningkatkan pelayanan sehingga kepuasan yang dirasakan oleh para konsumen rumah sakit akan terjaga dan semakin berkembang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Gaspersz, Vincent. 2011. *Total Quality Management (TQM)*. California: Vinchristo Publication.
- Hurriyati, Ratih. 2009. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hendrianto, Agus. 2011. *Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Tingkat Kepuasan Penumpang Bus PO. Sinar Dempo Pagaralam*, Penelitian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Lembah Dempo Kota Pagaralam.
- Kotler, Philip. 2011. Edisi ke-dua. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Midas Serum Grafindo, Jakarta.
- Moenir.A.S. 2009. *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiarto, Endar. 2010. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sunarto. 2010. *Prilaku Konsumen*. Amus Yogyakarta dan CV. Ngeksigondo Utama, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011 Edisi ke-empat. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonista.