

**ANALISA TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN
KUALITAS PELAYANAN PADA RUMAH SAKIT PKU
MUHAMMADIYAH KARANGANYAR**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

SRI WONINGSIH
B 100 030 225

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2008

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Rumah Sakit di Indonesia terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Jika dahulu Rumah Sakit hanya didirikan oleh badan-badan sosial ataupun pemerintah (*non Profit oriented*), sekarang banyak didirikan oleh berbagai badan keagamaan. Rumah Sakit merupakan unit usaha pelayanan kesehatan yang berfungsi sosial, namun harus dikelola secara profesional.

Rumah Sakit institut yang bergerak dibidang pelayanan jasa kesehatan tidak hanya pemakai jasa (pasien). Oleh karena itu Rumah Sakit pada masa mendatang lebih cocok disebut sebagai institusi sosial dan ekonomi. Sebagai institusi sosial Rumah Sakit mempunyai tanggung jawab dalam mengobati, merawat dan mengusahakan kesembuhan dan kesehatan pasien serta mengupayakan pendidikan hidup sehat pada masyarakat, sedangkan sebagai institusi ekonomi, Rumah Sakit merupakan industri yang harus dikelola dengan menerapkan manajemen indutri.

Untuk memperoleh keunggulan daya saing dengan skala global, Rumah Sakit dituntut mampu menyajikan pelayanan berkualitas dengan harga yang wajar serta bersaing. Hal ini dikatakan bahwa kunci pokok untuk meningkatkan daya saing industri jasa pelayanan kesehatan adalah kualitas pelayanan. Tujuan utama Rumah Sakit dalam menyajikan pelayanan

berkualitas adalah tercapainya kepuasan pasien yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*complain*) dari pelanggan sehingga menunjukkan kinerja perusahaan yang tinggi.

Kotler (1999), kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antar kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen akan mengalami salah satu dari tingkatan kepuasan umum. Jika kinerja dibawah harapa, konsumen tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas, senang, atau bahagia.

Teori ini menganjurkan bahwa penjual jasa harus memberikan pelayanan sesuai dengan harapan yang diberikan, sehingga konsumen merasa puas. Sebab konsumen yang puas juga akan cenderung menyampaikan hal-hal yang baik mengenai suatu pelayanannya kepada orang lain.

Dalam memenuhi tuntutan konsumen, pihak rumah sakit harus memperhatikan yang dapat menarik atau mendorong konsumen agar kepercayaan konsumen terhadap rumah sakit semakin bertambah. Oleh karena itu sangat penting mempelajari dan memahami perilaku konsumen agar dapat tercipta interaksi yang positif yang diinginkan oleh kedua belah pihak. Adapun perilaku konsumen itu, dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu (Swasta dan Handoko, 1997 :56)

1. **Faktor Ekstern**, yaitu pengaruh yang berasal dari luar.

Misalnya : kebudayaan, pengaruh keluarga maupun lingkungan sosial.

2. **Faktor Intern**, yaitu faktor psikologis yang berasal dari proses intern individu yang meliputi motivasi, pengamatan, belanja, kepribadian dan konsep diri serta sikap.

Untuk perilaku konsumen yang setiap waktu selalu berubah dan perbedaan perilaku konsumen yang satu dengan yang lain, disebabkan adanya karakteristik yang berbeda untuk setiap individu, misalnya umur, jenis kelamin, pekerjaan dan sebagainya. Pemahaman terhadap perilaku konsumen itu sangat penting agar pihak rumah sakit dapat menentukan kebijakan-kebijakan pemasaran selanjutnya.

Sedangkan penilaian akan kualitas pelayanan (*service quality*) menurut para Surahman Zerthomi dan Berry dalam Kotler dan Susanto (2000:616) didasarkan pada lima dimensi, yaitu :

1. **Reliability** (keadaan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya (dapat diandalkan).
2. **Responsive** (daya tangkap) adalah kesediaan/kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat/ketanggapan.
3. **Assurance** (jaminan) adalah pengetahuan dan kesopanan para karyawan serta kemampuan atau “assurance”.
4. **Empathy** (empaty) adalah rasa peduli, memberi perhatian pribadi pelanggan.

5. *Tangible* (berwujud) adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan media komunikasi.

Pelayanan berkualitas yang memberikan kepuasan kepada konsumen karena yang dibutuhkan diharapkan oleh konsumen tersebut ternyata sesuai dengan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu pihak rumah sakit. Jasa yang berkualitas berdampak pada pemenuhan kepuasan konsumen, yang pada diberikan akan membangun citra buruk bagi rumah sakit, dimana pasien yang tidak puas cenderung menceritakan kepada rekan-rekannya. Begitu juga sebaliknya, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan menjadi nilai plus bagi rumah sakit. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Uchyana (1986: 47) bahwa iklan terbaik bagi industri jasa adalah pelanggan yang puas (tercipta kepuasan konsumen).

Berdasarkan uraian diatas, Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar sebagai bagian dari rumah sakit yang ada, dalam menjaga kelangsungan hidupnya harus memberikan pelayanan terbaiknya dimana tingkat kepuasan konsumen menjadi suatu keharusan untuk mengetahui kinerja sakit tersebut.

Karena kualitas pelayanan begitu penting bagi kepuasan konsumen, maka penulis mengambil judul **“ANALISA TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN KUALITAS PELAYANAN PADA RUMAH SAKIT PKU MUHAMMADIYAH KARANGANYAR”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditemukan maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tanggapan pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar ?
2. Faktor yang manakah dari dimensi kualitas pelayanan Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di RS. PKU Muhammadiyah Karanganyar.
2. Untuk mengetahui faktor manakah dimensi kualitas pelayanan RS. PKU Muhammadiyah Karanganyar yang dominan mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Rumah Sakit

Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak RS. PKU Muhammadiyah Karanganyar untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh rumah sakit tersebut serta untuk memenuhi kepuasan konsumen.

2. Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat digunakan sebagai bahan awal bagi penelitian untuk mengembangkan penelitian-penelitian berikut yang sejenis.

E. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika skripsi.

BAB II TUJUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan teori-teori yang memberikan dasar dari mendukung penyelesaian masalah dalam penyusunan skripsi ini, antara lain *total quality service*, pengertian kualitas, kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, pengertian produk, pengertian jasa, klarifikasi dan karakteristik jasa, proses jasa, pengertian perilaku konsumen, kepuasan konsumen, pengukuran kepuasan, teknik pengukuran kepuasan konsumen, review penelitian terdahulu, pengembangan hipotesa.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Terdiri dari kerangka pemikiran, metode penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, data yang diperoleh, analisa data, hasil analisa dan juga pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.