

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Rumah Sakit

Rumah sakit merupakan salah satu pelayanan publik yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan. Pelayanan Kesehatan adalah upaya yang diberikan oleh instalasi kesehatan kepada masyarakat, mencakup perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, pencatatan, pelaporan, dan dituangkan dalam suatu sistem (Menkes RI, 2014).

1. Pengertian Rumah Sakit

Menurut Menteri Kesehatan Republik Indonesia (2020), Rumah Sakit merupakan institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Pelayanan Kesehatan Paripurna adalah pelayanan kesehatan yang meliputi promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif (Undang-Undang No 44 Tahun 2009).

Rumah Sakit Umum Syifa Medina merupakan institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan Gawat Darurat, Rawat Inap dan Rawat Jalan. RSUD Syifa Medina telah mendapatkan Izin Operasional tetap dari Pemerintah Kota Tasikmalaya berdasarkan Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal Terpadu Satu Pintu Kota Tasikmalaya pada tanggal 10 Oktober 2018 (RSU Syifa Medina).

2. Jenis Pelayanan dan Klasifikasi Rumah Sakit

Berdasarkan Permenkes RI No 3 Tahun 2020, rumah sakit dibagi berdasarkan jenis pelayanan yaitu rumah sakit umum dan rumah sakit khusus serta berdasarkan klasifikasinya terbagi menjadi rumah sakit umum kelas A,B,C dan D, untuk rumah sakit khusus terbagi menjadi kelas A,B, dan C.

Rumah Sakit Umum Syifa Medina termasuk ke dalam Rumah Sakit Umum Swasta kelas D yang terdiri atas pelayanan penunjang medik, pelayanan keperawatan dan kebidanan, dan pelayanan non medik meliputi 11 poliklinik dan 8 ruang rawat inap yang memiliki jumlah tempat tidur sebanyak 66 buah dari 30 ruangan (RSU Syifa Medina).

3. Tugas dan Fungsi Rumah Sakit

RSU Syifa Medina memiliki tugas pokok yaitu memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu, cepat, tepat, ramah, inovatif dan informatif. Rumah Sakit menyelenggarakan pelayanan kesehatan umum, spesialis dasar seperti; spesialis bedah, spesialis kebidanan dan penyakit kandungan, spesialis anak dan spesialis penyakit dalam serta rehabilitasi medik sebagai pelayanan tambahan dengan upaya penyembuhan, pemulihan, peningkatan, pencegahan, pelayanan rujukan, dan pengembangan serta pengabdian masyarakat.

Sebagai rumah sakit swasta di bawah kepemilikan PT. Megah Syifa Medina, RSU Syifa Medina mempunyai peran dan fungsi sebagai:

- a. Penyelenggara pelayanan medis.
 - b. Penyelenggara pelayanan penunjang.
 - c. Penyelenggara pelayanan keperawatan dan kebidanan.
 - d. Penyelenggara pelayanan rujukan.
 - e. Penyelenggara administrasi umum dan keuangan.
 - f. Penyelenggara koordinasi dengan instansi terkait bidang pelayanan Kesehatan.
 - g. Pelaksanaan kewajiban rumah sakit sesuai ketentuan/peraturan perundang-undangan.
 - h. Pelaksanaan bidang pelayanan maupun bidang manajemen agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik.
4. Sumber Daya Manusia Rumah Sakit

Sumber daya manusia pada rumah sakit umum berupa tenaga tetap meliputi tenaga medis, tenaga psikologi klinis, tenaga keperawatan, tenaga kebidanan, tenaga kefarmasian, tenaga kesehatan masyarakat, tenaga kesehatan lingkungan, tenaga gizi, tenaga keterampilan fisik, tenaga keteknisian medis, tenaga teknik biomedika, tenaga kesehatan lain dan tenaga nonkesehatan. Tenaga medis terdiri atas dokter, dokter gigi, dokter spesialis, dokter gigi spesialis, dan/atau dokter subspecialis (Permenkes RI No 3 Tahun 2020).

Ketersediaan sumber daya manusia di RSUD Syifa Medina meliputi tenaga medis (dokter umum dan dokter spesialis), tenaga paramedis (tenaga keperawatan dan tenaga kebidanan), tenaga kesehatan lain (apoteker, tenaga

teknis kefarmasian, ahli gizi, analisis kesehatan, rekam medik, radiographer, dan terapi wicara) serta tenaga non medis (RSU Syifa Medina).

Menurut Potter dan Perry (2007) dalam Sundari (2020), macam-macam peran tenaga kesehatan dibagi menjadi beberapa:

a. Sebagai komunikator

Komunikator adalah orang yang memberikan informasi kepada orang yang menerimanya. Sebagai seorang komunikator, tenaga kesehatan seharusnya memberikan informasi secara jelas kepada pasien. Pemberian informasi sangat diperlukan karena komunikasi bermanfaat untuk memperbaiki kurangnya pengetahuan dan sikap masyarakat yang salah terhadap kesehatan dan penyakit.

Tenaga kesehatan sebagai komunikator seharusnya memberikan informasi yang jelas kepada komunikan atau pasien. Pemberian informasi sangat diperlukan karena komunikasi memiliki manfaat untuk memperbaiki kurangnya pengetahuan dan sikap masyarakat yang salah terhadap kesehatan dan penyakit (Notoatmodjo, 2010).

b. Sebagai motivator

Peran tenaga kesehatan sebagai motivator tidak kalah penting dari peran lainnya. Seorang tenaga kesehatan harus mampu memberikan motivasi, arahan, dan bimbingan dalam meningkatkan kesadaran pihak yang dimotivasi agar tumbuh ke arah pencapaian tujuan yang diinginkan.

Motivator merupakan orang yang dapat memberikan motivasi kepada orang lain dan motivasi dapat diartikan sebagai dorongan untuk bertindak agar mencapai suatu tujuan tertentu dan hasil dari dorongan tersebut diwujudkan dalam bentuk perilaku yang dilakukan (Notoatmodjo, 2010).

c. Sebagai fasilitator

Fasilitator adalah orang atau badan yang memberikan kemudahan dalam menyediakan fasilitas bagi orang lain yang membutuhkan. Tenaga kesehatan harus mampu menjadi seorang pendamping dalam suatu forum dan memberikan kesempatan pada pasien untuk bertanya mengenai penjelasan yang kurang dimengerti. Menjadi seorang fasilitator tidak hanya di waktu pertemuan atau proses penyuluhan saja, tetapi seorang tenaga kesehatan juga harus mampu menjadi seorang fasilitator secara khusus, seperti menyediakan waktu dan tempat ketika pasien ingin bertanya secara lebih mendalam dan tertutup.

d. Sebagai konselor

Konselor adalah orang yang memberikan bantuan kepada orang lain dalam membuat keputusan atau memecahkan suatu masalah melalui pemahaman terhadap fakta-fakta, harapan, kebutuhan dan perasaan (Depkes RI, 2006).

Seorang konselor yang baik harus memiliki sifat peduli dan mau mengajarkan melalui pengalaman, mampu menerima orang lain, mau mendengarkan dengan sabar, optimis, terbuka terhadap pandangan

interaksi yang berbeda, tidak menghakimi, dapat menyimpan rahasia, mendorong pengambilan keputusan, memberi dukungan, membentuk dukungan atas dasar kepercayaan, mampu berkomunikasi, mengerti perasaan dan kekhawatiran klien, serta mengerti keterbatasan yang dimiliki oleh pasien.

Adapun Hak dan kewajiban tenaga medis dan tenaga kesehatan dalam menjalankan praktik tercantum dalam UU Nomor 17 Tentang Kesehatan (2023) pasal 273 dan 274 sebagai berikut:

- a. Tenaga medis dan tenaga kesehatan berhak:
 - 1) Mendapatkan perlindungan hukum sepanjang melaksanakan tugas sesuai dengan standar profesi, standar pelayanan profesi, standar prosedur operasional, dan etika profesi, serta kebutuhan kesehatan pasien.
 - 2) Mendapatkan informasi yang lengkap dan benar dari pasien atau keluarganya.
 - 3) Mendapatkan gaji/upah, imbalan jasa, dan tunjangan kinerja yang layak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - 4) Mendapatkan perlindungan atas keselamatan, kesehatan kerja, dan keamanan.
 - 5) Mendapatkan jaminan kesehatan dan jaminan ketenagakerjaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- 6) Mendapatkan perlindungan atas perlakuan yang tidak sesuai dengan harkat dan martabat manusia, moral, kesusilaan, serta nilai sosial budaya.
 - 7) Mendapatkan penghargaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - 8) Mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan diri melalui pengembangan kompetensi, keilmuan, dan karier di bidang profesinya.
 - 9) Menolak keinginan pasien atau pihak lain yang bertentangan dengan standar profesi, standar pelayanan, standar prosedur operasional, kode etik, atau ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - 10) Mendapatkan hak lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Tenaga medis dan tenaga kesehatan berkewajiban:
- 1) Memberikan pelayanan kesehatan sesuai dengan standar profesi, standar pelayanan profesi, standar prosedur operasional, dan etika profesi serta kebutuhan kesehatan pasien.
 - 2) Memperoleh persetujuan dari pasien atau keluarganya atas tindakan yang akan diberikan.
 - 3) Menjaga rahasia kesehatan pasien.
 - 4) Membuat dan menyimpan catatan dan/atau dokumen tentang pemeriksaan, asuhan, dan tindakan yang dilakukan.

- 5) Merujuk pasien ke Tenaga Medis atau Tenaga Kesehatan lain yang mempunyai kompetensi dan kewenangan yang sesuai.

5. Tujuan dan Strategi Rumah Sakit

Rumah Sakit Umum Syifa Medina memiliki tujuan dan strategi dalam penyelenggaraan pelayanannya, tujuan rumah sakit ini meliputi menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang meliputi pelayanan kesehatan umum, spesialis dasar seperti; spesialis bedah, spesialis kebidanan dan penyakit kandungan, spesialis anak dan spesialis penyakit dalam. Sedangkan pelayanan kesehatan spesialis lainnya merupakan pelayanan tambahan yang didasarkan kepada nilai-nilai kemanusiaan, etika dan profesionalisme, manfaat, keadilan, pemerataan, perlindungan dan keselamatan pasien serta mempunyai fungsi sosial.

Strategi Rumah Sakit Umum Syifa Medina adalah mengoptimalkan potensi sumber daya manusia (SDM) yang didukung oleh *stake holder* untuk memenuhi standar pelayanan yang ditentukan sehingga terwujud pelayanan yang bermutu, prima dan unggul guna mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan (pasien) yang semakin sadar dan mampu dalam memelihara kesehatan.

6. Standar Pelayanan Rumah Sakit

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 129 (2008) telah mengatur tentang standar pelayanan rumah sakit yang mencakup jenis-jenis pelayanan indikator dan standar pencapaian kinerja pelayanan rumah sakit. Jenis-jenis pelayanan minimal rumah sakit yang minimal wajib disediakan

oleh rumah sakit meliputi pelayanan gawat darurat, rawat jalan, rawat inap, poliklinik dan pelayanan administrasi.

B. Pelayanan Rawat Jalan

1. Definisi Pelayanan Rawat Jalan

Murdani (2007) menyebutkan instalasi rawat jalan adalah salah satu unit kerja di rumah sakit yang melayani pasien untuk berobat jalan dan tidak lebih dari 24 jam dalam pelayanan. Rawat jalan merupakan salah satu yang dominan dari rumah sakit dan merupakan sumber keuangan yang bermakna. Tujuan pelayanan Rawat Jalan diantaranya adalah untuk memberikan konsultasi kepada pasien yang memerlukan pendapat dari seorang dokter spesialis, dengan tindakan pengobatan atau tidak.

2. Pelayanan Rawat Jalan RSUD Syifa Medina

Pelayanan poliklinik rawat jalan di RSUD Syifa Medina terdiri dari:

- a. Poliklinik Umum.
- b. Poliklinik Spesialis Bedah.
- c. Poliklinik Spesialis Obstetri dan Ginekologi.
- d. Poliklinik Spesialis Anak.
- e. Poliklinik Spesialis Neurologi.
- f. Poliklinik Spesialis Rehabilitasi Medik.
- g. Poliklinik Spesialis Penyakit Dalam.
- h. Poliklinik Spesialis Patologi Anatomi.
- i. Unit Gawat Darurat.

C. Kepuasan Pasien

1. Pengertian Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien merupakan nilai subyektif pasien terhadap pelayanan yang diberikan setelah membandingkan dari hasil pelayanan yang diberikan dengan harapannya. Pasien akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sesuai harapan pasien atau bahkan lebih dari apa yang diharapkan pasien (Tethool et al., 2009). Sebaliknya, ketidakpuasan atau perasaan kecewa masyarakat akan muncul apabila pelayanan yang diperolehnya itu tidak sesuai dengan harapannya (Ramadani, 2018).

Kepuasan masyarakat merupakan faktor yang sangat menentukan bagi keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan. Oleh karena itu, pemerintah harus dapat menyediakan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga mencapai kepuasan masyarakat dan lebih jauh lagi dapat menciptakan kesetiaan Masyarakat. Apabila tidak dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan menyebabkan ketidakpuasan dari Masyarakat tersebut (Dahmiri & Suzana (2016) dalam Tyas, Ari (2021)).

Penyediaan layanan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat jika kualitas layanan jasa dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Kualitas jasa merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan sesuatu jasa yang terdiri atas

kualitas kesesuaian, yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (Ramadani, 2018).

Menurut Nasution (2001:44) dalam Zaniarti (2011) menyebutkan bahwa secara tradisional pelanggan diartikan sebagai orang yang membeli, menggunakan dan memanfaatkan suatu produk atau jasa. Istilah dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelanggan merupakan orang yang menggunakan jasa pelayanan. Setiap pasien (pelanggan) memiliki standar perbandingan untuk menilai kinerja pelayanan yang diterimanya. Hasil penilaian tersebut menunjukkan persepsi apakah kebutuhan dan harapan dipenuhi atau tidak, yang akan menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan (Tjiptono dan Diana (2001:100) dalam Zaniarti (2011)).

Budianto (2013) menyebutkan Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu. Kepuasan dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

- a. Kepuasan terhadap kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan.
- b. Kepuasan terhadap kemauan membantu pelanggan.
- c. Kepuasan terhadap pengetahuan dan kesopanan.
- d. Kepuasan terhadap kepedulian pada pelanggan dan
- e. Kepuasan terhadap penampilan fasilitas fisik.

2. Harapan Pelanggan

Menurut Kotler (2010:50) dalam Yulita Sari (2013), harapan pelanggan adalah bagaimana pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut, dan iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan jasa anggapan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa anggapan berada dibawah jasa yang diharapkan, pelanggan kecewa. Sebaliknya jika perusahaan memberikan jasa sesuai dengan yang diharapkan bahkan melebihi yang diharapkan pelanggan, pelanggan tidak hanya puas tetapi terkejut dan sangat puas. Pelanggan akan sangat puas bila mendapatkan pengalaman yang melebihi harapannya.

Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk dan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Dalam konteks kepuasan, harapan umumnya dimaknai sebagai keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya dari standar prediksi dan standar ideal yang dibuat pelanggan itu sendiri.

Fandy Tjiptono (2008:88) dalam Yulita Sari (2013) berpendapat, bahwa harapan pelanggan terhadap kualitas jasa terbentuk oleh beberapa faktor berikut:

a. Kebutuhan Pribadi (*Personal needs*)

Kebutuhan yang dirasakan seseorang mendasar bagi kesejahteraannya juga sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologis.

b. Persepsi Alternatif Layanan (*Perceived Service Alternative*)

Persepsi pelanggan terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis.

c. Janji Layanan secara eksplisit (*Explicit Service Promise*)

Pernyataan (Personal atau nonPersonal) oleh organisasi kepada pelanggan.

d. Rekomendasi mulut ke mulut (*Word of Mouth*)

Pernyataan (secara personal maupun non personal) yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi (*service provider*) kepada pelanggan. *Word of mouth* ini biasanya cepat diterima oleh pelanggan karena yang menyampaikan informasi adalah mereka yang dapat dipercayainya seperti keluarga, teman dan publikasi media massa.

e. Pengalaman masa lalu (*Past Experience*)

Pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya di masa lalu.

3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen menurut Kotler (1996) dalam Prihastono (2012) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Media yang digunakan dalam sistem ini bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung

maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut lagi. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk- produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami

mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

d. Survei Kepuasan Konsumen

Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Survei kepuasan ini dilakukan dengan menggunakan lembar kuesioner yang dapat diisi langsung oleh konsumen selaku pengguna layanan.

4. Manfaat Mengukur Kepuasan

Menurut Tjiptono (1998) dalam (Yudha Pangestu, 2013) adanya kepuasan pasien dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

- a. Hubungan antara pemberi layanan dan pelanggan menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi kunjungan ulang pasien.
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pasien.
- d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan pemberi pelayanan.
- e. Reputasi pemberi pelayanan menjadi baik di hadapan pasien dapat meningkatkan jumlah pendapatan.

D. Customer Satisfaction Index (CSI)

1. Pengertian CSI

Customer Satisfaction Index (CSI) adalah indeks guna menetapkan level kepuasan secara keseluruhan dari *customer* menggunakan pendekatan

yang memperhatikan level kepentingan dari atribut jasa atau produk yang diukur. CSI menampilkan data secara gamblang terkait level kepuasan *customer*, oleh karena itu pada satuan waktu yang ditetapkan bisa dilaksanakan penilaian guna merevisi hal-hal yang dianggap kurang dan menaikkan kualitas pelayanan yang dianggap *customer* sebagai sebuah nilai tambah (Kurnia Purbobinuko & Wurianing, 2020).

CSI merupakan pengukuran kepuasan yang baik karena merangkum penilaian pengguna atau konsumen tentang berbagai atribut pelayanan dalam skor tunggal. Semakin akurat pemilihan atribut, semakin akurat ukuran kepuasan keseluruhan. Tanpa adanya CSI tidak mungkin pengelola layanan dapat menentukan tujuan dalam peningkatan kepuasan konsumen. (Eboli dan Mazzula (2009) dalam (Amalia Kurniawati et al., 2014).

2. Dimensi Penilaian CSI

Berdasarkan pendapat Shemwell, Yavas and Bilgin dalam Budianto (2013) menyatakan bahwa antara *service quality* dan *satisfaction* mempunyai keterkaitan yang erat. Justifikasi dimensi dari *consumer satisfaction* dapat diturunkan dari dimensi *service quality*. Menurut Parasuraman *et al.* (1988) 5 dimensi kualitas pelayanan tersebut meliputi:

a. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti Fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal mengenai penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan oleh keadaan lingkungan sekitarnya. Dalam

kualitas pelayanan menurut Parasuraman (2001), bukti fisik adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik yang dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya dalam membantu pelayanan yang diterima oleh pengguna pelayanan (Dwi Jayanti, 2016).

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam suatu organisasi maju, pertimbangan dari para pengembang pelayanan senantiasa mengutamakan bentuk kualitas kondisi fisik yang dapat memberikan apresiasi terhadap orang yang memberi pelayanan. Kualitas pelayanan berupa kondisi fisik merupakan bentuk kualitas pelayanan nyata yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk citra yang positif bagi setiap individu yang dilayaninya dan menjadi suatu penilaian dalam menentukan kemampuan dari penyedia pelayanan tersebut (Dwi Jayanti, 2016).

Identifikasi kualitas layanan fisik dapat tercermin dari aplikasi lingkungan kerja sebagai berikut:

- 1) Kemampuan menunjukkan prestasi kerja pelayanan dalam menggunakan alat dan perlengkapan kerja secara efisien dan efektif.
- 2) Kemampuan menunjukkan kemampuan penguasaan teknologi dalam berbagai akses data dan inventarisasi kerja sesuai dengan dinamika dan perkembangan dunia kerja yang dihadapinya.

- 3) Kemampuan menunjukkan integritas diri sesuai dengan dengan penampilan yang menunjukkan kecakapan, kewibawaan dan dedikasi kerja.

Terdapat empat indikator mengenai bukti fisik menurut Tjiptono (2014) dalam (Prisnandika, 2019):

- 1) Peralatan terbaru
- 2) Fasilitas fisik yang berdaya Tarik
- 3) Karyawan yang berpenampilan rapi
- 4) Fasilitas fisik sesuai dengan jenis jasa yang ditawarkan.

b. Keandalan (*Reliability*),

Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi yang tinggi (Prisnandika, 2019).

Keandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi. Keandalan dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari keandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, keandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan, keandalan dalam penguasaan bidang kerja sesuai pengalaman kerja

yang ditunjukkan dan kehandalan menggunakan teknologi kerja (Dwi Jayanti, 2016).

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

Inti pelayanan kehandalan adalah setiap pegawai mengetahui mengenai dasar prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu pegawai memahami, menguasai, handal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya.

Kehandalan dari seorang pegawai yang berprestasi tinggi, dapat dilihat dari:

- 1) Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan tingkat pengetahuan terhadap uraian kerjanya.

- 2) Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang terampil sesuai dengan tingkat keterampilan kerja yang dimilikinya dalam menjalankan aktivitas pelayanan yang efektif dan efisien.
- 3) Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan pengalaman kerja yang dimilikinya, sehingga penguasaan tentang uraian kerja dapat dilakukan secara cepat, tepat, mudah dan berkualitas sesuai dengan pengalamannya.
- 4) Kehandalan dalam mengaplikasikan penguasaan teknologi untuk memperoleh pelayanan yang akurat dan memuaskan sesuai hasil output penggunaan teknologi yang ditunjukkan.

Terdapat empat indikator kehandalan menurut Tjiptono (2014):

- 1) Bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan setiap ada masalah.
- 2) Jasa disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
- 3) Jasa disampaikan secara benar semenjak pertama kali.
- 4) Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan.

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Menurut Tjiptono (2014) daya tanggap merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya

tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksiesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman (2001) dalam Dwi Jayanti (2016)).

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan daya tanggap atas pelayanan yang diberikan. Setiap orang yang mendapat pelayanan sangat membutuhkan penjelasan atas pelayanan yang diberikan agar pelayanan tersebut jelas dan dimengerti. Untuk mewujudkan dan merealisasikan hal tersebut, maka kualitas layanan daya tanggap mempunyai peranan penting atas pemenuhan berbagai penjelasan dalam kegiatan pelayanan kepada Masyarakat.

Kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar seseorang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukana adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

- 1) Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapi.

- 2) Memberikan penjelasan mendetail yaitu bentuk penjelasan yang substansif dengan persoalan pelayanan yang dihadapi, bersifat jelas, transparan, singkat dan dapat dipertanggungjawabkan.
- 3) Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai dengan syarat-syarat atau prosedur pelayanan yang ditunjukkan.
- 4) Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani untuk menyiapkan, melaksanakan dan mengikuti berbagai ketentuan pelayanan yang harus dipenuhi.
- 5) Membujuk orang yang dilayani apabila menghadapi suatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan atau tidak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.

Terdapat empat indikator daya tanggap, yaitu:

- 1) Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada para pelanggan.
- 2) Layanan yang cepat dari karyawan Perusahaan.
- 3) Karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan.
- 4) Karyawan yang tidak terlampau sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan. Jaminan

mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh kinerja pelayanan, sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima. Selain itu, jaminan dari suatu pelayanan juga ditentukan dari adanya komitmen organisasi yang kuat, yang menganjurkan agar setiap pegawai memberikan pelayanan secara serius dan sungguh-sungguh untuk memuaskan orang yang dilayani (Dwi Jayanti, 2016)

Suatu rumah sakit sangat memerlukan adanya kepercayaan yang diyakini sesuai dengan kenyataan bahwa rumah sakit tersebut mampu memberikan kualitas layanan yang dapat dijamin sesuai dengan:

- 1) Mampu memberikan kepuasan dalam pelayanan yang cepat, tepat, mudah, lancar dan berkualitas, sehingga hal tersebut merupakan bentuk nyata yang memuaskan orang yang mendapat pelayanan.
- 2) Mampu menunjukkan komitmen kerja yang tinggi sesuai dengan bentuk-bentuk integritas kerja, etos kerja dan upaya kerja yang sesuai dengan aplikasi dari visi, misi suatu organisasi dalam memberikan pelayanan.
- 3) Mampu memberikan kepastian atas pelayanan sesuai dengan perilaku yang ditunjukkan agar orang yang mendapat pelayanan yakin sesuai dengan perilaku yang dilihatnya.

Indikator jaminan terdiri dari empat indikator:

- 1) Karyawan yang terpercaya.
- 2) Perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan penyedia jasa.
- 3) Karyawan yang selalu bersikap sopan terhadap para pelanggan.
- 4) Karyawan yang berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan.

e. Empati (*Empathy*)

Pemberian layanan yang tulus dan bersifat individual atau pribadi dengan penuh perhatian dan sesuai dengan kebutuhan atau harapan pelanggan. Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan

secara spesifik, serta memiliki waktu pengelolaan yang nyaman bagi pelanggan (Dwi Jayanti, 2016).

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati atau perhatian (*emphaty*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan (Parasuraman, 2001).

Bentuk kualitas layanan dari empati pemberi layanan terhadap yang mendapatkan pelayanan harus diwujudkan dalam lima hal berikut:

- 1) Mampu memberikan perhatian dalam berbagai bentuk pelayanan yang diberikan, sehingga yang dilayani merasa menjadi orang yang penting.
- 2) Mampu memberikan keseriusan atas aktivitas kerja pelayanan yang diberikan, sehingga yang dilayani mempunyai kesan bahwa pemberi pelayanan menyikapi pelayanan yang diinginkan.
- 3) Mampu menunjukkan rasa simpati atas pelayanan yang diberikan, sehingga yang dilayani memiliki wibawa atas pelayanan yang dilakukan.

- 4) Mampu menunjukkan pengertian yang mendalam atas berbagai hal yang yang diungkapkan, sehingga yang dilayani menjadi lega dalam menghadapi bentuk-bentuk pelayanan yang dirasakan.
- 5) Mampu menunjukkan keterlibatannya dalam memberikan pelayanan atas berbagai hal yang dilakukan, sehingga yang dilayani menjadi tertolong menghadapi berbagai bentuk kesulitan pelayanan.

Terdapat empat indikator empati yaitu:

- 1) Waktu beroperasi yang nyaman bagi pelanggan.
- 2) Karyawan yang memberikan perhatian personal.
- 3) Penyedia layanan yang sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan setiap pelanggan.
- 4) Karyawan yang memahami kebutuhan spesifik para pelanggan.

3. Keunggulan metode CSI

Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi yang tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi atau atribut yang diperlukan, mudah digunakan dan sederhana (Mandasari et al., 2019).

Menurut Reza Amri dan Taufiq Subagio (2020), kelebihan dari metode *Customer Satisfaction Index* sendiri yaitu efisiensi dimana tidak hanya kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi atau atribut yang perlu diperbaiki, mudah digunakan dan sederhana,

serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas atau reliabilitas cukup tinggi.

4. Pengukuran Metode *Customer Satisfaction Index*

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kenyataan dari tiap variabel pernyataan kualitas pelayanan. Menurut Fitria & Dianti Bintari (2018); Ningtyas Putri Hidayat (2020), perhitungan *Customer Satisfaction Index* meliputi:

a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

Mean Importance Score (MIS) adalah rata-rata skor tingkat harapan responden tiap atribut dengan perhitungan jumlah nilai atribut harapan ke-i dibagi banyaknya data.

b. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Mean Satisfaction Score (MSS) adalah rata-rata skor kepuasan responden tiap atribut dengan perhitungan jumlah nilai atribut kepuasan ke-i dibagi banyaknya data.

c. Membuat *Weight Factors* (WF)

Membuat *Weight Factors* (WF) atau Faktor Tertimbang. Untuk mencari nilai WF ini menggunakan nilai MIS per atribut dibagi dengan total keseluruhan nilai MIS.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum MIS} \times 100\%$$

Keterangan:

MIS_i = Nilai MIS ke-i

$$\sum MIS = \text{Total Keseluruhan MIS}$$

d. Membuat *Weight Score* (WS)

Membuat *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan atau MSS.

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

e. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

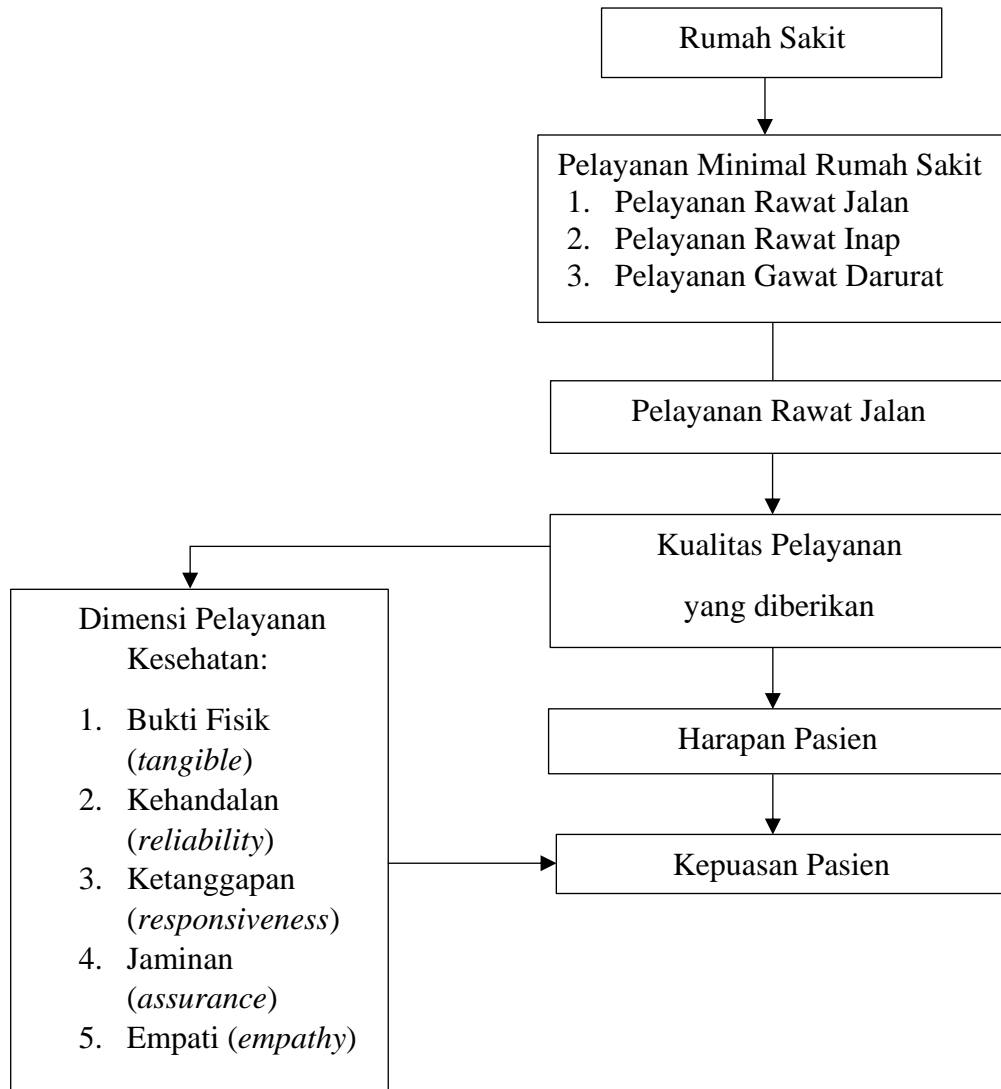
Nilai persentase CSI dihitung dengan nilai dari total keseluruhan *weight score* (WS) yang disebut *weight total* (WT) dibagi dengan nilai maksimum dari skala likert.

$$CSI = \frac{WT}{\text{Nilai Maksimum Skala Likert}} \times 100\%$$

Keterangan:

Nilai maksimum yang digunakan adalah 5.

E. Kerangka Teori



Gambar 2.1 Kerangka Teori

Modifikasi teori Parasuraman *et al.* (1988), Permenkes RI Nomor 3 (2020), Murdani (2007), Tyas, Ari (2021), Yulita Sari (2013), Tethool *et al.*, (2009)