
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RUMAH SAKIT BINTANG AMIN HUSADA BANDAR LAMPUNG DENGAN MENGGUNAKAN METODE KANO

Emy Khikmawati¹, Marcelly Widya Wardana²

^{1,2} Teknik Industri Universitas Malahayati Bandar Lampung
Jl. Pramuka No.27 Kemiling Bandar Lampung, Indonesia
emy_khikmawati@yahoo.com
Marcelly@malahayati.ac.id

ABSTRAK

Penyedia jasa layanan termasuk Rumah Sakit harus mampu untuk memberikan pelayanan yang sebaiknya agar dapat memuaskan pelanggan, sehingga mereka mampu untuk memenangkan persaingan dengan penyedia pelayanan lain yang sejenis. Masalah keluhan pelanggan terhadap kualitas layanan rumah sakit akan mengakibatkan hilangnya pelanggan untuk dalam waktu dekat dan jangka panjang investasi tidak dapat dipertahankan. Berbagai macam faktor yang menjadi sebab keluhan kualitas layanan ini, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui sebab pasien tidak puas dengan atribut rumah sakit. Dengan mengetahui hal itu rumah sakit dapat meningkatkan kualitas layanan dan kinerja atribut pelayanannya berdasarkan harapan pelanggan. Penelitian ini bersifat deskriptif, dengan metode Kano untuk menganalisis dan mengkatagorikan atribut-atribut dari kualitas pelayanan, dengan mengetahui seberapa baik tingkat layanan rumah sakit dapat membuat pelanggan puas. Hasil penelitian menunjukkan Atribut yang sangat berpengaruh kepada kenaikan tingkat kepuasan pengunjung jika atribut tersebut dipenuhi adalah : kehandalan dan ketetapan penanganan pasien, karyawan energik, rapih dan bersih, rasa aman dalam pelayanandapat dirasakan dan memberikan informasi secara lengkap dan tepat. Sedangkan atribut yang berpengaruh terhadap penurunan tingkat kepuasan pengunjung, jika atribut tersebut tidak dipenuhi adalah sebagai berikut : kesungguhan dalam melayani pasien, keterampilan dan profesionalisme dalam pelayanan, kehandalan dan ketetapan penanganan pasien serta ketepatan melakukan diagnose.

Kata Kunci : Kualitas, Pelayanan, Metode Kano

ABSTRACT

Service providers including hospitals must be able to provide the best possible services in order to satisfy customers, so that they are able to win competition with other similar service providers. Problems with customer complaints about the quality of hospital services will result in loss of customers for the near future and long-term investment can not be maintained. Various types of factors that cause complaints about the quality of this service, encourage researchers to conduct research with the aim of knowing why patients are dissatisfied with hospital attributes. By knowing this, hospitals can improve the quality of service and the performance of service attributes based on customer expectations. This research is descriptive, with the Kano method to analyze and categorize the attributes of service quality, by knowing how well the hospital's service level can make customers satisfied. The results showed that the attributes that greatly influence the increase in the level of visitor satisfaction if these attributes are met are: reliability and determination in handling patients, energetic employees, neat and clean, a sense of security in service can be felt and provide complete and accurate information. While the attributes that influence the decrease in the level of visitor satisfaction, if these attributes are not fulfilled are as follows: seriousness in serving patients, skills and professionalism in service, reliability and determination of patient care and accuracy in diagnosing.

Keywords: Quality, Service, Canoe Method

PENDAHULUAN

Rumah sakit harus menjaga eksistensinya sebagai pusat jasa pelayanan kesehatan dengan memperhatikan kualitas layanan terhadap konsumen sebagai pengguna jasa dengan memperhatikan kepuasan konsumen dan kecepatan dalam pelayanan terhadap kinerja rumah sakit. Apabila jasa yang diterima (*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 dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. (Mustakim, Anggraeni, & Sirajuddin, 2011). Masalah keluhan pelanggan terhadap kualitas layanan rumah sakit akan mengakibatkan hilangnya pelanggan. Penelitian bertujuan mengetahui atribut apa saja yang menjadi penyebab ketidakpuasan pasien. Dengan mengetahui hal itu rumah sakit dapat meningkatkan kualitas layanan dan kinerja atribut pelayanannya berdasarkan harapan pelanggan.

Model kano adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi keinginan konsumen, metode ini bertujuan untuk mengategorikan atribut produk/jasa sehingga memuaskan kebutuhan pelanggan berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. (R. Widhiyanto, 2017) Manfaat dengan metode kano, atribut-atribut produk/jasa dapat diketahui lebih baik sehingga kriteria produk/jasa yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan dapat diidentifikasi untuk diprioritaskan untuk pengembangannya. Dengan mempertimbangkan model kano, organisasi untuk memuaskan konsumen dengan memenuhi kebutuhan *must-be* dan *one-dimensional* agar dapat bertahap dalam persaingan yang ketat ini.

Strategi yang dapat diadopsi perusahaan untuk menghasilkan produk dapat melampaui harapan pelanggan adalah dengan menghasilkan layanan yang mempunyai *attractive quality*. Strategi ini mengharuskan perusahaan memperhatikan bagaimana menciptakan *attractive quality* dalam proses pengembangan layanannya. (Toni, 2018)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif. Metode analisa dengan Kualitatif dan kuantitatif, Jenis data dalam penelitian ini ialah data yang diperoleh dari pengunjung pasien rumah sakit di uji kecukupan data di lanjutkan dengan pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Kemudian dapat dilakukan pengolahan data kuisiner, untuk data kuisiner Kano diolah dengan metode Kano dengan mengkatagorikan pertanyaan *functional* dan pertanyaan *dysfunctional* menggunakan tabel penentu Kano. Kano model *menitikberatkan* pada penurunan fitur produk yang difokuskan pada kebutuhan pelanggan. Kano juga menghasilkan metodologi untuk memetakan respon pelanggan pada kuesioner. (Nofirza & Indrayani, 2011) Atribut-atribut layanan dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu *Must-be*, *One-dimensional*, *Attractive*, setelah didapatkan hasil katagori tiap atribut, maka terlihat atribut mana yang dapat diperbaiki. Kemudian dapat dilakukan penyimpulan. tempat penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Atribut yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan keinginan pengunjung pasien rumah sakit, maka dari beberapa tahap penyebaran kuisiner didapatkan atribut yang diinginkan oleh pengunjung rumah sakit secara umum dapat dilihat pada tabel sebagai berikut : (Muji, n.d.)

Tabel. 1 Atribut Keinginan Pasien

No.	Atribut Layanan
Tangible	
1.	Penampilan eksterior Rumah Sakit secara visual
2.	Fasilitas yang rapi, bersih dan nyaman,
3.	Penampilan karyawan yang energik, rapi dan bersih
4.	Penataan Interior Rumah Sakit.
Reability	
5.	Kehandalan dan ketepatan penanganan Pasien
6.	Ketepatan melakukan dignosa
7.	Kesungguhan dalam melayani pasien
Responsiveness	

8.	Memiliki program perawatan yang bervariasi
9.	Lamanya menunggu dilayani/antrian
10.	Kecepatan pelayanan
11.	Memberikan informasi secara tepat dan Lengkap
<i>Assurance</i>	
12.	Memberikan rasa aman dalam Pelayanan
13.	Adanya jaminan kerahasiaan pasien
14.	Ketrampilan dan profesionalisme dalam pelayanan
<i>Empathy</i>	
15.	Perhatian dan pelayanan saat mengajukan protes/kritik
16.	Mengenal pasien secara pribadi
17.	Permohonan maaf atas pelayanan yang kurang baik

Berdasarkan variabel kualitas layanan menggunakan Metode Kano. Berdasarkan dua sudut pandang, yaitu Functional (apa yang dirasakan pelanggan jika suatu layanan baik) dan Dysfunctional question (apa yang dirasakan pelanggan jika suatu layanan tidak baik). Serta tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pada masing-masing variabel. (Huda, Santoso, & Rahayuningsih, 2017)

Uji Validitas dan Reabilitas Functional dan Dysfunctional

Setelah dilakukan uji validitas Functional dan Dysfunctional dengan menggunakan SPSS 16.0 for windows, tampilan output SPSS menunjukkan bahwa konstruk atribut atau variabel dikatakan valid karena semua nilai Functional dan Dysfunctional yang di dapat yaitu $\Gamma_{hitung} > \Gamma_{tabel}$. Dan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 16.0 for windows, tampilan output SPSS menunjukkan bahwa konstruk atribut atau variabel dikatakan reliabel dari semua dimensi yang memiliki nilai Cronbach Alpha Functional diatas 0.6 yang artinya dapat dikatakan bahwa data yang didapat sudah reliabel.

Zeithaml et.al dalam kutipan (Simamora, 2003) mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa yaitu, tertuang dalam

dimensi kategori kano. (Nofirza & Indrayani, 2011)

Tabel. 2 Kategori Kano

No	Dimensi	Jumlah Responden per Katagori Kano					
		A	O	I	M	Q	R
1.	<i>Tangible</i>	20	14	25	3	22	4
2.	<i>Reability</i>	14	21	13	7	30	3
3.	<i>Responsivnes</i>	16	17	21	8	21	5
4.	<i>Assurance</i>	16	19	19	8	22	4
5.	<i>Empathy</i>	16	16	7	9	16	4

Keterangan :

Q =Questionable (Diragukan)

I = Indifferent (Netral)

R =Reverse (Kemunduran)

O = One-dimensional (Satu Ukuran)

A =Attrctive (Menarik)

M=Must be (Keharusan)

Atribut yang paling berpengaruh terhadap keinginan dan kepuasan pengunjung berdasarkan dimensi *servqual* adalah sebagai berikut : (Zeithaml dan Berry, n.d.)

1. *Tangibles*

Untuk dimensi *Tangibles*, pengunjung memilih kategori *Indifferent* dengan jumlah tertinggi yaitu 25. Pengunjung memilih kategori *Indifferent* berarti semakin tinggi atau rendahnya kinerja fasilitas dan layanan yang diberikan kepada pengunjung berupa fisik, maka tidak akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan tingkat kepuasan pengunjung.

2. *Reliability*

Untuk dimensi *reliability*, pengunjung memilih kategori *Questionable* dengan jumlah tertinggi yaitu 30. Pengunjung memilih kategori *Questionable* berarti jawaban dari pasien (responden) tidak jelas atau kurang sesuai dengan pertanyaan yang ada.

3. *Responsiveness*

Untuk dimensi *Responsiveness*, pengunjung memilih kategori *Questionable dan Indifferent* dengan jumlah tertinggi yaitu 21. Berarti semakin tinggi atau rendahnya kinerja fasilitas dan layanan yang diberikan kepada pengunjung berupa fisik, maka tidak akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan tingkat kepuasan pengunjung dan jawaban dari pasien (responden) tidak jelas atau kurang sesuai dengan pertanyaan yang ada.

4. Assurance

Untuk dimensi Assurance, pengunjung memilih kategori *Questionable* dengan jumlah tertinggi yaitu 22. Pengunjung memilih kategori *Questionable* berarti jawaban dari pasien (responden) tidak jelas atau kurang sesuai dengan pertanyaan yang ada.

5. Empathy

Untuk dimensi Empathy, pengunjung memilih kategori *Indifferent*, *Questionable* dan *One Dimensional* dengan jumlah tertinggi yaitu 16. Pengunjung memilih 3 kategori ini berarti sebagian pasien yang semakin tinggi atau rendahnya kinerja fasilitas dan layanan yang diberikan kepada pengunjung, maka tidak akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan tingkat kepuasan pengunjung. Sebagian lagi Pengunjung memilih kategori *Questionable* berarti jawaban dari pasien (responden) tidak jelas atau kurang sesuai dengan pertanyaan yang ada dan sebagian pasien memilih *One Dimensional* berarti semakin tinggi kinerja fasilitas dan layanan yang diberikan pengunjung berupa tanggung jawab besar maka pengunjung akan merasa semakin puas.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *better* dan *worse*, maka dapat diketahui atribut yang sangat berpengaruh kepada kenaikan tingkat kepuasan pengunjung jika atribut tersebut dipenuhi sebagai berikut :

1. Kehandalan dan ketetapan penanganan pasien (dimana kenaikan kepuasan pengunjung mencapai 69% jika terpenuhi).
2. Penampilan karyawan yang energik, rapih dan bersih (dimana kenaikan kepuasan pengunjung mencapai 67% jika terpenuhi).
3. Memberikan rasa aman dalam pelayanan (dimana kenaikan kepuasan pengunjung mencapai 65% jika terpenuhi).
4. Memberikan informasi secara lengkap dan tepat (dimana kenaikan kepuasan pengunjung mencapai 62% jika terpenuhi).

Sedangkan atribut yang berpengaruh terhadap penurunan tingkat kepuasan pengunjung, jika atribut tersebut tidak dipenuhi sebagai berikut :

1. Kesungguhan dalam melayani pasien (dimana penurunan kepuasan pengunjung

mencapai 54% jika tidak terpenuhi).

2. Keterampilan dan profesionalisme dalam pelayanan (dimana penurunan kepuasan pengunjung mencapai 52% jika tidak terpenuhi).
3. Kehandalan dan ketetapan penanganan pasien (dimana penurunan kepuasan pengunjung mencapai 49% jika tidak terpenuhi).
4. Ketepatan melakukan diagnosa (dimana penurunan kepuasan pengunjung mencapai 47% jika tidak terpenuhi).

Dalam menentukan target untuk kategori kano, adalah *must be*, mempunyai kinerja lebih baik daripada pesaing pada atribut *one dimensional* dan memuaskan atribut *attractive* yang berbeda dengan pesain. Hal ini belum tercapai dari hasil, *One-dimensional* (O), seperti memberikan rasa aman dalam pelayanan Assurance pada dimensi dalam *Indifferent* (I), ada atau tidaknya atribut tertentu sama sekali tidak akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Atribut Mengenal pasien secara pribadi dalam dimensi *emphati*, pelengkap yang tidak diperhatikan oleh pelanggan. Dan *Questionable results* (Q), adanya kesalahpahaman pelanggan atau kesalahan interpretasi menyebabkan kesalahan dalam survey. respon yang diberikan pelanggan akan atribut seperti Penampilan karyawan yang energik, rapi dan bersih, yang masih bisa dipertanyakan sehingga dapat menimbulkan kontradiksi.

SIMPULAN DAN SARAN

Atribut yang sangat berpengaruh kepada kenaikan tingkat kepuasan pengunjung jika atribut tersebut dipenuhi adalah : kehandalan dan ketetapan penanganan pasien, penampilan karyawan yang energik, rapih dan bersih, memberikan rasa aman dalam pelayanan dan memberikan informasi secara lengkap dan tepat. Sedangkan atribut yang berpengaruh terhadap penurunan tingkat kepuasan pengunjung, jika atribut tersebut tidak dipenuhi adalah sebagai berikut : kesungguhan dalam melayani pasien, keterampilan dan profesionalisme dalam pelayanan, kehandalan dan ketetapan penanganan pasien serta ketepatan melakukan diagnose.

Berdasarkan hasil penelitian diatas diharapkan pihak rumah sakit dapat meningkatkan kinerja atribut pelayanannya berdasarkan harapan dari pelanggan, sehingga kriteria jasa yang mempunyai pengaruh

paling besar terhadap kepuasan pelanggan dapat diidentifikasi untuk diprioritaskan dan dikembangkannya dan dapat dilanjutkan dengan menganalisis faktor-faktor penyebab rendahnya beberapa kinerja atribut pelayanan yang penting, sehingga peningkatan kualitas pelayanan rumah sakit dapat dikedepankan sebagai sektor publik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan ini, kami sangat berterima kasih kepada Universitas Malahayati dan LLDIKTI atas dukungan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Huda, M., Santoso, H., & Rahayuningsih, S. (2017). Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan Menggunakan Metode Kano Di Perpustakaan Universitas Kadiri. *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*.
<https://doi.org/10.30737/jatiunik.v1i1.67>
- Muji, G. (n.d.). *Indikator pada Dimensi dalam Servqual Rumah Sakit*. Retrieved from <https://mujigunarto.wordpress.com/2009/01/02/indikator-padadimensi-dalam-servqual-rumah-sakit/>
- Mustakim, A., Anggraeni, S. K., & Sirajuddin. (2011). Analisis Kualitas Layanan Dengan Metode KANO Berdasarkan Dimensi SERVQUAL Pada PT . AKR. *Analisis Kualitas Layanan Dengan Metode KANO Berdasarkan Dimensi SERVQUAL Pada PT . AKR*.
- Nofirza, & Indrayani, K. (2011). Aplikasi Metode Kano dalam Analisis Indikator Kualitas Pelayanan di Rumah Sakit Arifin Ahmad Pekanbaru. *Jurnal Sains Dan Teknologi Industri*.
- R. Widihiyanto. (2017). Landasan Teori, Definisi Jasa. *Article*. Retrieved from <http://eprints.umm.ac.id/36012/3/jiptummpp-gdl-rrahardyan-49150-3-bab2.pdf>
- Toni, W. (2018). *Kualitas Jasa Desain Servqual, Qfd dan Kano Edisi II* (Kedua; Indeks, ed.). Retrieved from www.indeks-penerbit.com
- Zeithaml dan Berry, P. (n.d.). *Service Quality*. Retrieved from <http://www.scribd.com.press>