

ARTIKEL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN TERHADAP NILAI PELANGGAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPUASAN PASIEN DI RAWAT JALAN RUMAH SAKIT UMUM DAERAH KABUPATEN BEKASI

Muhamad Shodiqul Amin
NIM : 228.020.071



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap nilai pelanggan serta implikasinya pada kepuasan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan nilai pelayanan khususnya di Rawat Jalan RSUD Bekasi. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner disertai dengan teknik observasi dan kepustakaan, teknik pengambilan sampel menggunakan *consecutive sampling*. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan pada tahun 2024. Teknik analisis data menggunakan Analisis Jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum persepsi pasien pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi tentang kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan kepuasan pasien relatif kurang baik, kurang sesuai dan kurang puas. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap nilai pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pasien, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien melalui nilai pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pasien

ABSTRACT

The condition of the number of patient visits at the Bekasi Hospital Outpatient Department, especially outpatient visits, tends to decrease. This study aims to obtain empirical evidence regarding the effect of health service quality on customer value and its implications on patient satisfaction at the Bekasi Hospital Outpatient Department. The results of this study are expected to improve service quality, patient satisfaction and service value, especially in Outpatient Bekasi Hospital. The research method used is descriptive and verification analysis. Data collection used is an interview using a questionnaire accompanied by observation techniques and literature, sampling techniques using consecutive sampling. Data collection in the field was carried out in 2024. Data analysis techniques using Path Analysis. The results showed that in general, patients' perceptions of patients in the Bekasi Hospital Outpatient Department about service quality, customer value, and patient satisfaction were relatively poor, less appropriate and less satisfied. Service quality affects customer value both partially and simultaneously. Customer value affects patient satisfaction, and service quality affects patient satisfaction through customer value.

Keywords: Service Quality, Customer Value, Patient Satisfaction

RINGKESAN

Kaayaan jumlah kunjungan pasien di RSUD Bekasi, hususna kunjungan rawat jalan, condong ngurangan. Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun meunangkeun bukti empiris ngeunaan pangaruh kualitas palayanan kaséhatan kana ajén palanggan sarta implikasina pikeun kasugemaan pasien di RSUD RSUD Kabupaten Bekasi. Hasil tina ieu panalungtikan dipiharep bisa ngaronjatkeun kualitas palayanan, kasugemaan pasien jeung ajén palayanan hususna di RSUD RSUD Bekasi. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta déskriptif analisis jeung verifikasi. Ngumpulkeun data anu digunakeun nya éta wawancara ngagunakeun angkét anu dibarengan ku téhnik observasi jeung pustaka, téhnik sampling ngagunakeun consecutive sampling. Ngumpulkeun data di lapangan baris dilaksanakeun dina taun 2024. Téhnik analisis data ngagunakeun Analisis Jalur. Hasil panalungtikan nunjukkeun yén sacara umum persepsi pasien di RSUD RSUD Bekasi ngeunaan kualitas palayanan, nilai palanggan jeung kapuasan pasien kawilang goréng, kurang merenah jeung kurang sugema. Kualitas palayanan mangaruhan nilai palanggan sawaréh sareng sakaligus. Nilai palanggan mangaruhan kapuasan pasien, sareng kualitas jasa mangaruhan kapuasan pasien ngalangkungan nilai palanggan.

Kata Kunci: Kualitas Palayanan, Nilai Pelanggan, Kapuasan Pasien

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan investasi bagi masyarakat, sebab kesehatan merupakan modal dasar yang sangat diperlukan oleh segenap masyarakat untuk dapat beraktifitas sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing, sehingga mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi diri sendiri dan keluarga. Namun bila kondisi kesehatan bermasalah bukan tidak mungkin seluruh harta dan kekayaan akan habis digunakan untuk memperoleh kesehatan tersebut. Kesehatan di Indonesia diatur oleh Undang-undang (UU) Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, di mana kesehatan adalah keadaan kemakmuran tubuh, jiwa, dan sosial yang memungkinkan setiap orang untuk menjalani kehidupan produktif secara sosial dan ekonomi. Sedangkan fasilitas pelayanan kesehatan di Indonesia diatur oleh Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2016, dimana dalam peraturan tersebut dijelaskan tentang definisi, jenis dan tugas pelayanan kesehatan.

Jenis fasilitas pelayanan kesehatan sesuai PP Nomor 47 Tahun 2016 adalah praktik mandiri tenaga kesehatan, puskesmas, klinik, rumah sakit, apotek, unit transfusi darah, optik, laboratorium kesehatan, fasilitas pelayanan medis untuk keperluan hukum, dan fasilitas pelayanan kesehatan tradisional. Kesadaran masyarakat akan semakin pentingnya kesehatan, menjadi salah satu alasan kebutuhan akan kualitas pelayanan kesehatan juga semakin meningkat. Selain itu, orang akan lebih pandai memilih mana yang terbaik dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Dalam mewujudkan tingkat kesehatan tertinggi bagi masyarakat, upaya kesehatan individu dan upaya kesehatan masyarakat diatur.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perumahasakitan menyebutkan bahwa kesehatan merupakan hak asasi manusia dan salah satu unsur kesejahteraan yang harus diwujudkan sesuai dengan cita-cita bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, sehingga pemerintah harus mengusahakan bidang kesehatan dengan sebaik-baiknya, yaitu : menyediakan pelayanan kesehatan yang memadai dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat umum. Perkembangan sektor industri jasa, termasuk di dalamnya jasa kesehatan, tidak terlepas dari tuntutan masyarakat untuk tetap mendapatkan pelayanan kesehatan yang berkualitas. Berbagai upaya telah dilakukan guna meningkatkan pembangunan kesehatan yang lebih baik dan berdaya guna serta efisien, sehingga dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Untuk itu diperlukan upaya-upaya meningkatkan kualitas sumber daya, membenahi peralatan dan obat-obatan serta memperbaiki penampilan Rumah Sakit.

Hasil survei pendahuluan mengenai kualitas pelayanan dapat diungkapkan fakta bahwa pasien menyatakan RSUD Bekasi kurang didukung oleh perawat yang terampil dalam melakukan tindakan keperawatan. Selanjutnya mengenai pelayanan yang diberikan oleh Rawat Jalan RSUD Bekasi ini belum sepenuhnya baik seperti ketepatan jadwal pemeriksaan dokter dan dokter kurang cepat dan tepat dalam mendiagnosa penyakit pasien. Jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh perusahaan tentunya harus berkualitas, Wyckof dalam

Tjiptono (2020:59) menyatakan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pada perusahaan jasa, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan dari suatu perusahaan sangatlah penting, yang mana harapan konsumen akan dibentuk oleh pelayanan yang diberikan sebelumnya dan kualitas pelayanan tersebut akan sangat berdampak terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Apabila pasien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit, maka mereka akan melakukan pemanfaatan jasa pelayanan rumah sakit yang berulang-ulang. Disamping itu mereka cenderung untuk melakukan *word of mouth communication* (dorongan / saran dari teman) kepada relasi-relasi terdekatnya agar mereka melakukan hal yang sama seperti dirinya, yakni memanfaatkan pelayanan kesehatan yang berorientasi kepada kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien.

Tidak terpenuhinya tuntutan nilai pelanggan oleh pihak perusahaan, menjadi suatu peluang bagi para pesaing untuk dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan tersebut. Duchessi (2018:22) mengungkapkan bahwa nilai pelanggan merupakan kombinasi antara berbagai manfaat produk (kinerja, kenyamanan dan keindahan) dan manfaat layanan (reliabilitas, kecepatan dan kompetensi) yang diterima pelanggan sasaran pada harga yang wajar. Menurutnya, perusahaan dapat meningkatkan nilai pelanggan dengan tiga cara yaitu (1) menekankan kepada manfaat produk atau jasa dengan harga konstan, (2) mengurangi harga dengan menawarkan manfaat produk atau jasa yang kompetitif dan, (3) melakukan keduanya yaitu meningkatkan manfaat produk dan jasa serta menurunkan harga secara simultan.

Kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya. Dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima. Kemudian baik buruknya kualitas pelayanan bukan berdasarkan persepsi penyedia layanan tetapi berdasarkan persepsi konsumen terhadap prosesnya secara menyeluruh. Persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan keyakinan konsumen tentang layanan yang diterima atau layanan yang dialami. Dalam institusi rumah sakit *contact personnel* diupayakan dengan mengkarakterisasi kualitas kesehatan dan paradigma yang berlaku untuk mengevaluasi penyediaan layanan klinis secara rinci. *The Institute of Medicine's (IOM) Laporan Crossing the Quality Chasm* merekomendasikan "enam tujuan untuk perbaikan." Kualitas yang tujuannya adalah keselamatan (*safety*), efektivitas (*effectiveness*), keadilan (*equity*), aktualitas (*timeliness*), keberpusatan pasien (*patient-centeredness*) dan efisiensi (*efficiency*). (Slonim, Pollack, (2016. Vol. 6, No. 3). Cooper (2019:106) menyatakan pemakai jasa perawatan kesehatan termasuk rumah sakit selalu memperhatikan kualitas staf medis, pelayanan gawat darurat, perawatan perawat, tersedianya pelayanan yang lengkap, rekomendasi dokter, peralatan yang modern, karyawan yang sopan santun, lingkungan yang baik, penggunaan rumah sakit sebelumnya, ongkos perawatan, rekomendasi keluarga, dekat dari rumah, ruangan pribadi dan rekomendasi teman.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas peneliti tertarik untuk mengetahui dan meneliti lebih lanjut tentang kepuasan, dan nilai pelayanan yang diterima pasien hubungannya dengan kualitas pelayanan di Rawat Jalan RSUD Bekasi. Judul penelitian yang diajukan adalah : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Nilai Pelanggan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi”**.

1.1 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses merumukan permasalahan-pemmasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan pasien.

Identifikasi Masalah

Setelah diuraikan fenomena pada latar belakang penelitian, maka atas dasar pemikiran deduktif, secara rinci diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Jumlah data kunjungan pasien cenderung menurun tiap bulannya.
2. Persepsi kepuasan pasien belum optimal terhadap kualitas pelayanan petugas pendaftaran, dokter, perawat/ terapis, farmasi, dan fasilitas masih dibawah Standar Pelayanan Minimal.
3. Petugas pendaftaran dan dokter yang kurang ramah.
4. Pelayanan perawat/ terapis yang kurang cepat dan tanggap.
5. Waktu tunggu untuk pendaftaran lambat.
6. Fasilitas pendukung kurang memadai.
7. Petugas layanan pendaftaran dalam pelayanan kurang cepat.
8. Pelayanan yang diterima jauh lebih kecil dibandingkan dengan waktu menunggu yang dikorbankan untuk mendapatkan pelayanan.
9. Prosedur penerimaan pasien rawat jalan berbelit – belit.
10. Perawat kurang terampil dalam melakukan tindakan keperawatan.
11. Ketepatan jadwal pemeriksaan dokter.
12. Perawat kurang mampu memusatkan perhatian ketika melayani pasien.

Rumusan Masalah

Penelitian dilakukan untuk melihat dan mempelajari pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelayanan dan implikasinya pada kepuasan pasien, maka penelitian diarahkan untuk menjawab pertanyaan berikut :

1. Bagaimana persepsi pasien tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi keselamatan (*safety*), efektivitas (*effectiveness*), keadilan (*equity*), aktualitas (*timeliness*), keberpusatan pasien (*patient-centeredness*) dan efisiensi (*efficiency*) di Rawat Jalan RSUD Bekasi.
2. Bagaimana nilai pelanggan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi.
3. Bagaimana kepuasan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap nilai pelanggan di RSUD Bekasi baik secara parsial dan simultan.
5. Seberapa besar pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi.

6. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan serta implikasinya terhadap kepuasan pasien di RSUD Bekasi.

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, mengkaji, dan mengetahui :

1. Persepsi pasien tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi keselamatan (*safety*), efektivitas (*effectiveness*), keadilan (*equity*), aktualitas (*timeliness*), keberpusatan pasien (*patient-centeredness*) dan efisiensi (*efficiency*) di Rawat Jalan RSUD Bekasi.
2. Nilai pelanggan pasien di RSUD Bekasi.
3. Kepuasan pasien di Rawat Jalan RSUD) Bekasi.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap nilai pelanggan pasien di RSUD Bekasi baik secara parsial dan simultan.
5. Besarnya pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi.
6. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan serta implikasinya terhadap kepuasan pasien di RSUD Bekasi.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

1. Diharapkan berguna untuk pengembangan ilmu manajemen utamanya manajemen rumah sakit tentang kualitas pelayanan kesehatan, kepuasan pasien dan nilai pelanggan.
2. Diharapkan dapat menambah wawasan tentang ilmu manajemen khususnya manajemen rumah sakit serta lebih memahami masalah secara objektif, ilmiah dan rasional tentang pelayanan kesehatan.

Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi RSUD Bekasi dalam menyelenggarakan pelayanan kesehatan khususnya di Instalasi Rawat Jalan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan nilai pelayanan khususnya di Rawat Jalan RSUD Bekasi pada umumnya.

II. KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

Kerangka Pemikiran

Dalam persaingan pasar yang semakin tinggi saat ini, mewujudkan kepuasan konsumen adalah hal yang penting dan merupakan salah satu tujuan utama dari setiap organisasi. Inti dari konsep pemasaran adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Pemasaran merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

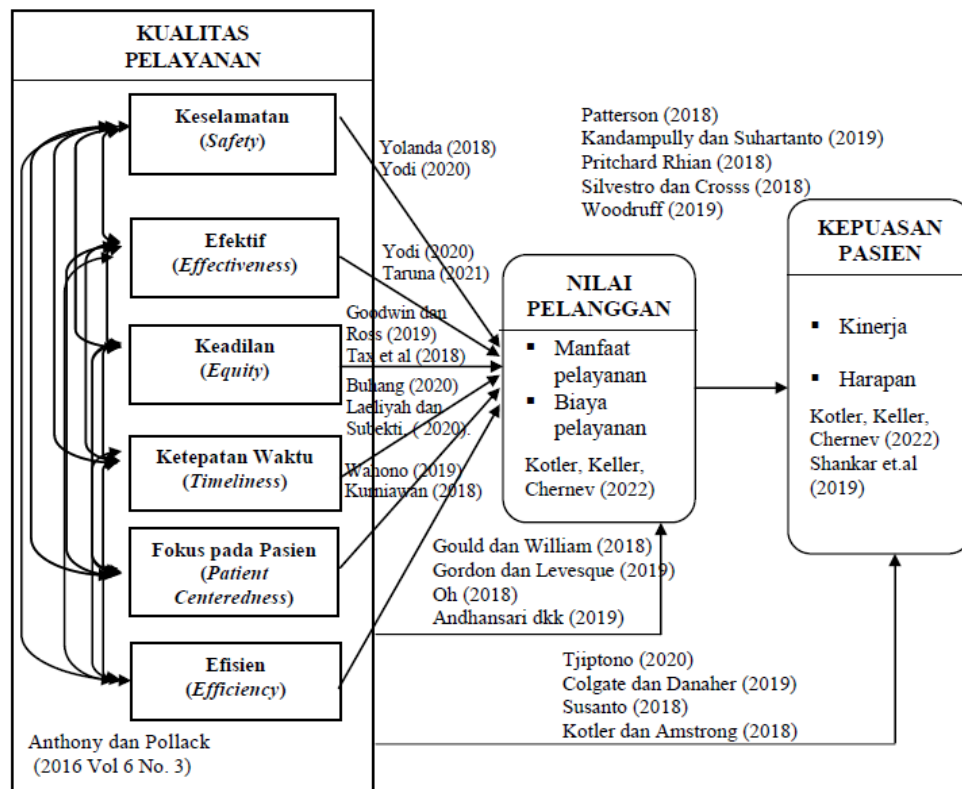
Rumah sakit tampaknya belum optimal mengimplementasikan penyampaian kualitas jasa kepada para stakeholder (pelanggan), keputusan pasien untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi barang atau jasa dipengaruhi oleh kualitas jasa dalam perspektif konsumen. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jadi kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dari definisi tadi bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan. Bila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Sebaliknya bila jasa yang diharapkan tidak sesuai dengan jasa yang diterima maka persepsi kualitas jasa dipersepsikan buruk. Oleh karena itu baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas pelayanan (Keller & Koetler, 2016). Pada konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan telah dicapai konsensus bahwa harapan pelanggan (*customer expectation*) memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun kepuasan pelanggan. Sejumlah riset empiris menyimpulkan kepuasan pelanggan, berkaitan positif dengan persepsi terhadap kualitas jasa atau pelayanan sebuah organisasi (Boulding, et al., 2018; Crosby, 2019; Edvardson, et al., 2018; Olsen, 2019). Barang atau jasa dikatakan bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi konsumen akan nilai produk tersebut. Artinya mutu merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen. Produsen dikatakan telah menyampaikan mutu jika produk atau jasa yang ditawarkannya sesuai atau melampaui ekspektasi pelanggan (Kotler dan Keller, 2019).

Persepsi atau manfaat yang didapatkan pelanggan (pasien) setelah mendapatkan pelayanan yang berkualitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien. Makin banyak pelanggan memandang manfaat layanan melebihi pengorbanan atau biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh sebuah layanan, maka akan semakin tinggi persepsi mereka terhadap nilai pelayanan. Karena mereka mendapatkan lebih dari yang diharapkan yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan yang lebih besar.

Hal senada juga diutarakan dalam hasil penelitian Silvestro dan Crosss (2018) serta Pritchard Rhian (2018) yang menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana kedua pendekatan penelitian tersebut menggunakan model *service profit chain (SPC)*. Hal ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Woodruff (2019), yaitu konsep nilai pelanggan mempunyai suatu hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan memilih produk atau jasa tidak hanya bergantung pada kualitas jasa saja tetapi juga tergantung nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka akan semakin baik nilai yang diberikan oleh pelanggan terhadap perusahaan. Sehingga dalam hal ini berarti kepuasan pelanggan perlu dalam peningkatan nilai pelanggan terhadap perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh Kotler dan Armstrong

(2018) yang menyebutkan bahwa pelanggan akan membentuk ekspektasi tentang nilai dan kepuasan yang akan memberikan berbagai penawaran pasar.

Berdasarkan kerangka pemikiran pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien serta implikasinya terhadap kepercayaan pasien, maka dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1
Paradigma Penelitian

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

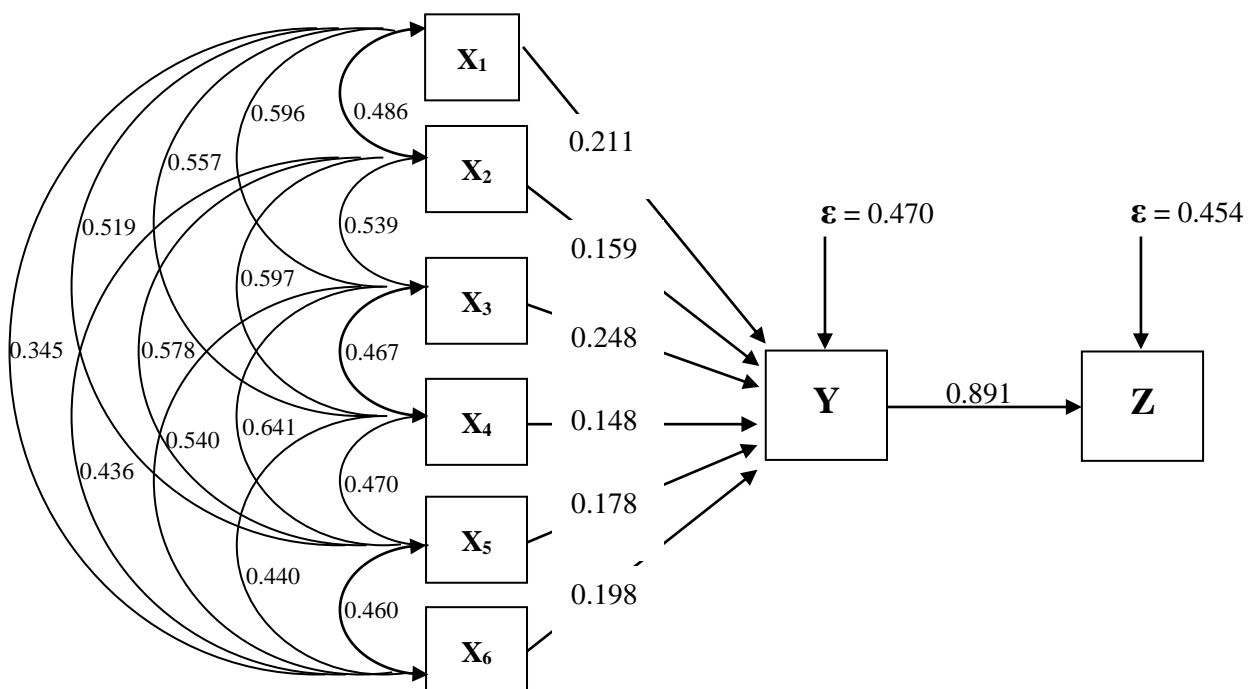
1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap nilai pelanggan baik secara parsial maupun simultan.
2. Nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap nilai pelanggan serta implikasinya pada kepuasan pasien.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu teknik atau cara ilmiah dalam memperoleh informasi maupun data yang berhubungan dengan penelitian, serta sebagai alat dalam membantu peneliti dalam memecahkan suatu masalah dalam penelitiannya. Metode penelitian yang digunakan ialah melalui pendekatan kuantitatif, dengan metode survei. Menurut Sugiyono (2021: 64) menyatakan bahwa “survei merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian, yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil, tetapi data yang dipelajari merupakan data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”. Tujuan penelitian survei untuk memberikan gambaran secara mendetail mengenai latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan perhitungan analisis jalur, maka hasil keseluruhan dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan serta dampaknya pada kepuasan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3

Model Analisis jalur Secara Keseluruhan

Berdasarkan gambar 3 tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel yaitu kualitas pelayanan dengan sub variabel keselamatan, efektivitas, keadilan, ketepatan waktu, fokus pada pasien dan efisien berpengaruh

terhadap nilai pelanggan baik secara parsial maupun simultan dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Kualitas pelayanan dinilai memiliki dampak terhadap nilai pelanggan dan kepuasan. Dalam konteks kesehatan kualitas pelayanan adalah pemberian pelayanan kepada seluruh pasien dengan sebaik-baiknya. Pelayanan menjadi salah satu aspek penting bagi penyelenggara jasa kesehatan dalam menjalankan pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Pengaruh kualitas pelayanan dengan dimensi keselamatan (*safety*), efektivitas (*effectiveness*), keadilan (*equity*), ketepatan waktu (*timeliness*), fokus pada pasien (*patient-centeredness*) dan efisiensi (*efficiency*) terhadap nilai pelanggan sebesar 77.89%. Nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pasien sebesar 79.38%, dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pasien melalui nilai pelanggan adalah sebesar 87.88%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi telah mampu memenuhi harapan ataupun kebutuhan pasiennya. Apalagi pengaruh dari dimensi keselamatan (*safety*), efektivitas (*effectiveness*), keadilan (*equity*), ketepatan waktu (*timeliness*), fokus pada pasien (*patient-centeredness*) dan efisiensi (*efficiency*) mempunyai nilai yang tidak jauh berbeda, yang artinya semua dimensi itu berpengaruh sama terhadap kualitas pelayanannya. Hasil penelitian mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Parasuraman dimana dimensi kualitas pelayanan ini berpengaruh pada harapan dan kenyataan yang diterima, Oliver (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah gagasan emosional yang dapat mempengaruhi penilaian dari jasa yang disediakan. Seperti yang diungkapkan oleh Sumarno (2019), Vandaliza (2018), Wiyono dan Wahyudin, Manulang (2018) dan Akbar dan Parvez (2018) juga mengungkapkan hal serupa yakni kualitas pelayanan memiliki dampak positif bagi kepuasan pasien.

Temuan di atas sejalan dengan hasil penelitian Edgett (2019:13) bahwa sukses atau gagalnya suatu bisnis akan sangat ditentukan oleh tiga determinan utama, yaitu : kepuasan pelangga, kualitas produk/jasa dan kinerja produk/pelayanan. Sedangkan Muffato (2019:155) mendasarkan pada penelitian yang dilakukan berpendapat, bahwa kepuasan pelanggan merupakan titik kulminasi dari upaya melakukan perbaikan dari suatu entitas bisnis. Salah satu faktor penting yang dapat menjadi ukuran keberhasilan dari suatu entitas bisnis dalam upayanya untuk tetap berada di dalam industri adalah kemampuan dari entitas bisnis tersebut dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya (Best, 2018:11). Sedangkan Kaplan (2019:72) menyatakan ada tiga kategori dalam atribut pelayanan yang berkontribusi secara langsung pada pembangunan nilai, masing-masing yaitu (1). Atribut produk dan pelayanan yang berkaitan dengan fungsi, kualitas, harga serta waktu; (2). Hubungan dengan pelanggan yang berkaitan dengan kenyamanan, advis pribadi, dan daya tanggap serta (3). Cira dan reputasi yang berkaitan dengan pengetahuan.

Untuk mampu secara terus menerus menyajikan pelayanan dengan tingkatan kualitas yang tinggi, perusahaan dituntut untuk secara terus menerus pula meningkatkan nilai dari pelayanan. Karena pada dasarnya, persepsi atas suatu nilai pelayanan adalah cerminan dari seberapa tinggi kualitas pelayanan tersebut di mata pelanggan (Heskett, 2019:12). Lebih lanjut Heskett menyatakan bahwa

persepsi pelanggan yang tinggi terhadap suatu pelayanan, sebagaimana diungkapkan di atas, merupakan orientasi dari hampir seluruh penyedia pelayanan jasa. Seluruh unsur di dalam perusahaan harus berupaya untuk sedapat mungkin menyakinkan pelanggan, bahwa mereka memperoleh *benefit* yang lebih besar dibandingkan dengan biaya atau upaya yang mereka telah keluarkan.

Patterson (2019:430) melakukan kajian model hubungan nilai yang dirasakan, kepuasan dan keinginan membeli kembali dalam jasa *business-to-business*, menunjukkan hasil bahwa nilai yang dirasakan pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan intensitas pembelian. Hasil penelitian Kandampully dan Suhartanto (2017:348) menyatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Mc Douglas dan Lavesque (2018:403) dalam sebuah penelitian mengenai kepuasan pelanggan pada beberapa sektor bisnis, memperoleh hasil bahwa nilai pelanggan mempunyai kontribusi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasakan nilai lebih dari pelayanan yang diharapkan dari sebuah perusahaan jasa, maka akan meningkatkan kepuasan yang dirasakannya. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini merekomendasikan bahwa perusahaan jasa yang mampu memberikan nilai lebih bagi pelanggan dibandingkan pesaingnya akan lebih mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Hal senada juga diutarakan dalam hasil penelitian Silvestro dan Crosss (2019) serta Pritchard Rhian (2017) yang menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana kedua pendekatan penelitian tersebut menggunakan model *service profit chain (SPC)*. Hal ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Woodruff (2019), yaitu konsep nilai pelanggan mempunyai suatu hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan memilih produk atau jasa tidak hanya bergantung pada kualitas jasa saja tetapi juga tergantung nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka akan semakin baik nilai yang diberikan oleh pelanggan terhadap perusahaan. Sehingga dalam hal ini berarti kepuasan pelanggan perlu dalam peningkatan nilai pelanggan terhadap perusahaan.

Nilai pelanggan adalah sumber keyakinan yang terdalam dari sifat mementingkan kepentingan pelanggan dan hubungan moral dan hal ini menciptakan suatu persepsi tentang kejujuran, sifat yang sebenarnya, kewajaran dan kemauan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Gronross, 2018). Rumah Sakit dituntut untuk melakukan penyesuaian secara terus menerus searah dengan perkembangan yang terjadi pada lingkungan bisnis maupun teknologi, sehingga lembaga kesehatan seperti halnya Rumah Sakit Umum yang mengemban misi sosial harus mampu berperan sebagai lembaga yang memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat yang memerlukannya (Gulom, 2019).

V. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

1. Persepsi pasien Rawat Jalan di RSUD Bekasi tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi keselamatan (*safety*), efektivitas (*effectiveness*), keadilan (*equity*), aktualitas (*timeliness*), keberpusatan pasien (*patient-centeredness*) dan efisiensi (*efficiency*) di Rawat Jalan RSUD Bekasi diinterpretasikan dalam kriteria kurang baik. Apabila dibandingkan antara dimensi, maka dimensi efisiensi (*efficiency*) memberikan gambaran yang paling baik sedangkan dimensi ketepatan waktu (*timeliness*) memberikan gambaran yang paling rendah. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu mengenai ketepatan jadwal pemeriksaan dokter, dan kecepatan mendapatkan hasil pemeriksaan medis.
2. Nilai pelanggan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi yang diukur dengan empat dimensi yaitu manfaat produk/jasa, manfaat pelayanan, manfaat SDM dan manfaat citra diinterpretasikan dalam kriteria kurang sesuai. Apabila dibandingkan antara dimensi, maka dimensi manfaat citra memberikan gambaran yang paling baik sedangkan dimensi manfaat pelayanan memberikan gambaran yang paling rendah. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus yaitu pelayanan yang diterima masih kurang sesuai, dan keberadaan petugas yang ada di rumah sakit masih kurang sesuai dibandingkan dengan pengorbanan tenaga yang dikeluarkan.
3. Kepuasan pasien di Rawat Jalan di RSUD Bekasi diukur dengan dimensi kinerja dengan harapan diinterpretasikan dalam kriteria kurang puas. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan, yaitu Dokter kurang cepat tanggap dalam melayani pasien, dan waktu tunggu untuk pendaftaran lambat.
4. Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi baik secara parsial dan simultan, yaitu sebagai berikut : Pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi sebesar 77.89%. Keenam sub variabel di atas secara keseluruhan menunjukkan pengaruh yang nyata terhadap nilai pelanggan. Sub variabel keadilan (*equity*) memberikan kontribusi terbesar terhadap nilai pelanggan pasien di Rawat Jalan di RSUD Bekasi sebesar 18.58% diikuti dengan sub variabel keamanan (*safety*) memberi kontribusi sebesar 14.33%, sub variabel fokus pada pelanggan (*patient centeredness*) memberi kontribusi sebesar 12.44%, sub variabel efisien (*efficiency*) memberi kontribusi sebesar 12.29%, sub variabel efektif (*effectiveness*) memberi kontribusi sebesar 10.68% dan terakhir adalah sub ketepatan waktu (*timeliness*) memberikan kontribusi terendah sebesar 9.57%.
5. Besar pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi sebesar 79.38%.
6. Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan pasien serta implikasinya terhadap kepuasan pasien di Rawat Jalan RSUD Bekasi sebesar 87.88%.

Rekomendasi

1. Dalam upaya peningkatan kinerja dokter, perlu disusun kebijakan dan sistem yang sistematis dan terperinci melalui komite medik serta kinerja dokter dalam memberi pengobatan yang efektif, bermutu dan efisien menjadi indikator penilaian dokter dan lebih memperhatikan ketepatan waktu berangkat ataupun tiba. Dokter mengisi catatan dokumen harus lengkap dan jelas tentang riwayat pasien tersebut.
2. Menjadikan seluruh karyawan rumah sakit sebagai *customer relationship*. Upaya ini menjadi sangat strategis, mengingat komunikasi dapat terjadi secara langsung antara petugas dengan pasien, sehingga informasi tentang keluhan, masukan, saran ataupun upaya perbaikan dapat langsung disampaikan secara utuh dan terhindar dari adanya miskomunikasi.
3. Pihak RSUD Bekasi dapat memperbanyak pelatihan kepada perawat tentang tata cara menangani keluhan yang disampaikan oleh pasien secara sopan dan bertanggung jawab, seperti pelatihan kepribadian, pelatihan interpersonal dan pelatihan komunikasi dengan menitikberatkan pada *point* pemberian pelayanan keperawatan yakni perilaku *caring*.
4. Pihak RSUD Bekasi harus melakukan *service recovery* terhadap keluhan atau komplain pasien dengan cepat, sehingga tidak menimbulkan kemarahan dari pasien, untuk menangani keluhan pasien dengan cepat perusahaan bisa membentuk program *customer care*.
Memperbaiki sistem antrian/waktu tunggu pasien saat melakukan pemeriksaan sehingga waktu tunggu lebih pendek. Serta mengaktifkan pelayanan dengan perjanjian untuk mengurangi waktu tunggu pasien sehingga dapat meningkatkan kepuasan pasien
5. Nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pasien Rawat Jalan di RSUD Bekasi, dengan demikian Rumah Sakit harus bisa meningkatkan nilai yang diterima pasien dengan memperhatikan lebih seksama manfaat produk/jasa, manfaat pelayanan, manfaat SDM dan manfaat citra.
6. Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan responden seluruh pasien Rawat Jalan di RSUD Bekasi tidak hanya rawat jalannya saja. Agar hasil penelitian menjadi lebih luas serta diharapkan mampu mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas dan harga sebagai bahan pembandingan tambahan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, T.Y. 2010. Manajemen Administrasi Rumah Sakit. Edisi kedua. Jakarta: UI Press.
- Andhansari, P., Nawazirul Lubis, dan Andi Wijayanto. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan. Jurnal Manajemen. Vol 10. No. 9 hal 3-8.
- Arikunto, Suharsimi. 2011. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi VII. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Barnes, James G. 2010. *Secrets of Customer Relationship Management: it's All About How You Make Them Feel*. McGraw-Hill: New York.

- Cole, M. A. 2010. *Sustainable Development and Environmental Kuznets Curves: An Examination of The Environmental Impact of Economic Development*. Sust. Dev. 7, 87-97.
- Cooper, P.D. 2011. *Health Care Marketing : a Foundation for Managed Quality*. Gaithersburg, Maryland : Aspen Publisher. Inc : 1-331.
- Dube et. al. 2010, *Adapting the QFD Approach to Extended Service Transactions*, Production and Operations Management, 8, 301-317.
- Fecikova, I. 2010, "An Index Method for Measurement of Customer Satisfaction", *The TQM Magazine*, Vol.16, No.1, pp. 57-66.
- Gould and Williams. 2009, "The Impact of Employee Performance Cues on Guest Loyalty, Perceived Value and Service Quality", *The Service Industries journal*, 19,3:ABI/INFORM Global P.97
- Gronroos, Christian, 2010, The Perceived Service Quality Concept a Mistake ? *Journal of Managing Service Quality*, Vol. 11. No. 3, pp 150-152, MCB University Press, London.
- Hardiman, A. 2013. Rumah Sakit Indonesia Belum Siap Bersaing. Melalui <http://www.kompas.com/kompas-cetakr/0412/22/humaniora1455html-4k.4/21/04>.
- Hermawan, Kertajaya 2012. *MarkPlus on Strategy*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kandampully, J., dan Dwi Suhartanto, 2010. Customer Loyalty in the Hotel Industri : the role of customer satisfaction and image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 346-351.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th edition. England : Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong., 2010, *Principles Of Marketing*, 14th Edition, PrenticeHall Pearson, USA.