

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TELKOMEDIKA BANDUNG BERDASARKAN DIMENSI KUALITAS JASA

Nuraini Sulasti¹

Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

nuraini.sulasti@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada TelkoMedika Bandung serta untuk mengetahui bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja berdasarkan dimensi kualitas jasa di TelkoMedika Bandung.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif dengan cara menyebar kuesioner kepada 100 orang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dengan teknik sampling *convenience sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *service quality* (kualitas pelayanan), indeks kepuasan konsumen dan *Importance-Performance-Analysis (IPA)*.

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kinerja kualitas pelayanan berdasarkan persepsi pasien dianggap sangat baik dengan persentase sebesar 85.53% dan harapan pasien dianggap sangat penting dengan persentase sebesar 90.18%. Analisis penelitian ini menunjukkan pasien berada dalam kategori tidak puas dengan nilai kepuasan konsumen sebesar 0.97. Hasil *Importance-Performance-Analysis (IPA)* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat sebelas atribut yang harus diperbaiki oleh pihak manajemen perusahaan yaitu (1) Tempat parkir luas dan nyaman, (2) Kemudahan pelayanan pendaftaran, (3) Persediaan obat lengkap, (4) Sesuai dengan prosedur, (5) Informasi sudah tepat, (6) Pelayanan cepat, (7) Tenaga medis cepat tanggap, (8) Petugas layanan cepat tanggap, (9) Kesigapan merespon saran, (10) Tenaga medis non medis yang terampil, dan (11) Kompetensi para *staff*.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, IPA

Abstrack

The Purpose of this study is to knowing how to service quality and customer satisfaction in Bandung TelkoMedika and to determine how the level of importance and performance dimensions of service quality based on TelkoMedika Bandung.

Type of this research is a quantitative study with descriptive research method by distributing questionnaires to 100 respondents sampled in this study with convenience sampling is a sampling technique. Data analysis in this study was service quality, customer satisfaction and quality index and Importance-Performance-Analysis (IPA).

The result of this study show that the performance of service quality based on consumer perceptions are considered very good with a percentage of 85.53% and the expectations of consumers considered very important with a percentage of 90.18%. The study analysis show consumer taste in the category are not satisfied with the customer satisfaction score of 0.97. The result of Importance-Performance-Analysis (IPA) in this show that there eleven service quality attributes that which must be improved the company management are: (1) parking lot is spacious and comfortable, (2) Ease of application services, (3) complete drug inventory, (4) In accordance with procedures, (5) information is correct, (6) fast service, (7) rapid response medical personnel, (8) Officers responsive services, (9) Alertness respond to suggestion, (10) medical personnel skilled non-medical, and (11) Competence of the staff.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, IPA

PENDAHULUAN

Akses dan Mutu pelayanan Kesehatan di kota Bandung mengalami pemanfaatan yang cukup baik namun belum mencapai target SPM. Di Bandung sendiri terdapat persentase penggunaan rumah sakit dan puskesmas sekitar 102% dan 67% (Profil Kesehatan Kota Bandung Tahun 2012, hal. 63). Dari fenomena data grafik di atas peneliti ini meneliti peningkatan kualitas pelayanan yang tidak hanya berasal dari sudut TelkoMedika Bandung saja, tetapi berasal pula dari sudut pandang pasien atau pelanggan yang menggunakan jasa TelkoMedika Bandung.

Terdapat hampir mayoritas perusahaan besar memiliki jasa layanan kesehatannya sendiri demi membantu tenaga kerja dan keluarganya mengatasi masalah kesehatan. Salah satu perusahaan yang dimaksud adalah PT. Telekomunikasi Indonesia yang memiliki yayasan kesehatan (YAKES) Telkom untuk kebutuhan kesehatan karyawan dan pensiunan beserta keluarga inti. Namun kini Yakes Telkom memiliki anak perusahaan dibawahnya yaitu TelkoMedika yang bertujuan untuk membantu pengendalian beban kesehatan karyawan dan pensiunan, dimana pelanggan dari TelkoMedika itu sendiri adalah karyawan aktif, pensiunan, dan Telkom Group beserta keluarga inti.

Menurut Fandy Tjiptono (2009:43), kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas merupakan salah satu faktor penting yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi jasa suatu organisasi dibandingkan penawaran dari organisasi lainnya. Dalam praktik, konsumen mungkin saja lebih mengutamakan penilaian terhadap kualitas penyedia jasa ketimbang kualitas penawaran jasa tertentu.

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut Kotler (2000) dalam Fandy Tjiptono & Gergorius Chandra (2011:17) mendefinisikan bahwa jasa sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Hasil pengamatan peneliti dari wawancara dengan 30 orang responden menunjukkan bahwa pelanggan mengeluhkan tentang penampilan fisik *tangibles*, seperti tempat parkir yang kurang luas sehingga mengalami kesulitan ketika berobat, *responsiveness* atau daya tanggap yang diberikan oleh para petugas layanan TelkoMedika yaitu pasien merasa kurang puas dengan ketanggapan dalam menangani maupun merespon keluhan dan saran, dan *reliability* atau kehandalan yang diberikan pihak TelkoMedika seperti adanya ketidaksesuaiannya dengan prosedur yang ada.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kotler (2005:429), jasa mempunyai 4 karakteristik yaitu :

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Tidak berwujud (*Intangibility*) artinya jasa tidak dapat dilihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum konsumen membelinya. Untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen akan mencari informasi tentang jasa tersebut, seperti lokasi perusahaan, para penyedia dan penyalur jasa, peralatan dan alat komunikasi yang digunakan serta harga produk jasa tersebut. Beberapa hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen, yaitu sebagai berikut:

- a. Meningkatkan visualisasi jasa yang tidak berwujud menjadi berwujud.
- b. Menekankan pada manfaat yang diperoleh.
- c. Menciptakan suatu nama merek (*brand name*) bagi jasa.
- d. Memakai nama orang terkenal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Tidak terpisahkan (*Inseparability*) artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan jasa yang menghasilkannya. Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa tersebut, sehingga penjualan jasa lebih diutamakan untuk penjualan langsung dengan skala operasi

terbatas. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan dapat menggunakan strategi-strategi, seperti bekerja dalam kelompok yang lebih besar, bekerja lebih cepat, serta melatih pemberi jasa supaya mereka mampu membina kepercayaan konsumen.

3. Bervariasi (*Variability*)

Bervariasi (*Variability*) artinya jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut dilakukan. Ini mengakibatkan sulitnya menjaga kualitas jasa berdasarkan suatu standar. Dalam hal ini penyedia menggunakan tiga pendekatan dalam pengendalian kualitasnya, yaitu:

- a. Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personil yang baik.
- b. Melakukan standarisasi proses jasa.
- c. Memantau kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, survey pelanggan, dan *comparison shopping*, sehingga pelayanan yang kurang baik dapat diketahui dan diperbaiki.

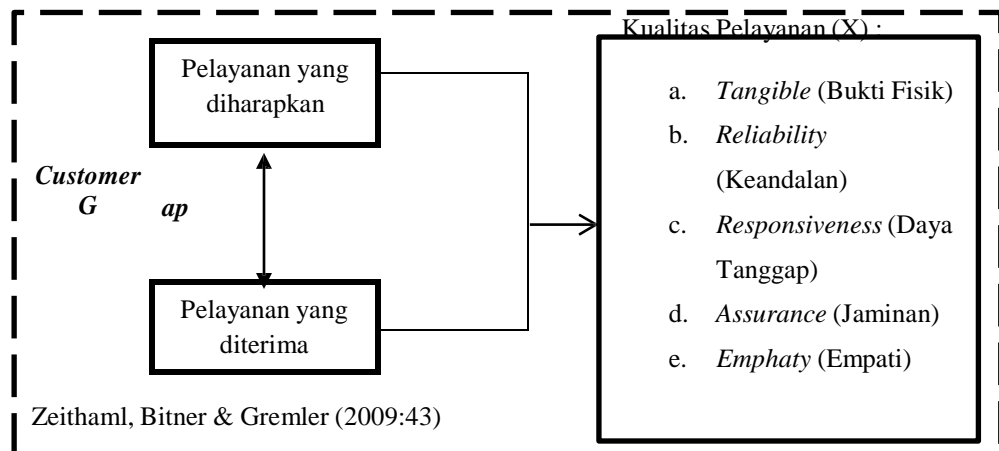
4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Tidak tahan lama (*Perishability*) artinya jasa tidak dapat disimpan atau mudah musnah sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Keadaan mudah musnah ini bukanlah suatu masalah jika permintaannya tidak stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan berfluktuasi, maka perusahaan akan menghadapi masalah yang sulit dalam melakukan persiapan pelayanannya. Untuk itu perlu dilakukan perencanaan produk, penerapan harga, serta program yang tepat untuk mengatasi ketidaksesuaian antara permintaan dan penawaran jasa.

Menurut Richard Oliver dalam Wijaya (2011:153), kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Artinya produk atau jasa memberikan nilai keistimewaan tertentu dari produk atau jasa itu sendiri yang memberikan tingkat kenyamanan atas pemenuhan kebutuhan tertentu. Menurut Zeithaml, Bitner, & Gremler (2009:32) terdapat kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan (*Customer Gap*), dimana terdapat kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan pelanggan dan pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh TelkoMedika Bandung akan memberikan umpan balik (*feedback*).

GAMBAR 2.1

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif. Berdasarkan pada penelitian kuantitatif di atas maka metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan jasa kesehatan dan kepuasan pelanggan pada objek penelitian.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi menggunakan jumlah pengunjung pada tahun terakhir yaitu tahun 2013 sebanyak 124.483 orang.

Sampel menurut Sugiyono (2010:116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode menurut Slovin dengan *margin of error* sebesar 10 dengan hasil 100 responden.

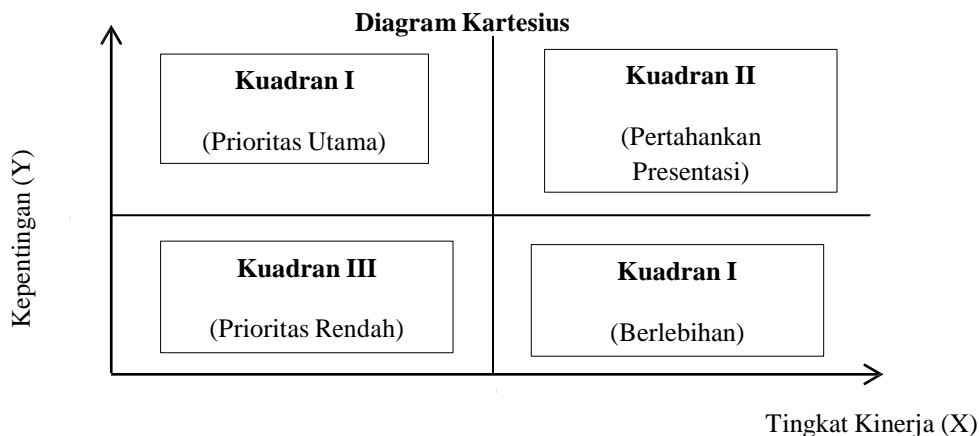
Teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi dan pustaka.

Penelitian ini menggunakan skala *likert* Penulis menyusun dua bagian kuesioner, yaitu bagian kinerja atau tingkat pelayanan dan bagian harapan atau derajat kepentingan. Dalam kuesioner kinerja atau tingkat pelayanan, kuesioner terdiri dari jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tida Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Sedangkan dalam kuesioner harapan atau derajat kepentingan, kuesioner terdiri dari Sangat Penting (SP), Penting (P), Tidak Penting (TP), dan Sangat Tidak Penting (STP).

Tabel 3.1
Desain Pengukuran Kuesioner

Sangat Setuju (SS)	Sangat Penting (SP)	4
Setuju (S)	Penting (P)	3
Tidak Setuju (TS)	Tidak Penting (TP)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Tidak Penting (STP)	1

IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. IPA bertujuan untuk menampilkan informasi berkaitan dengan indikator-indikator dari kualitas pelayanan yang dimana akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mereka, dan indikator kualitas pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan.



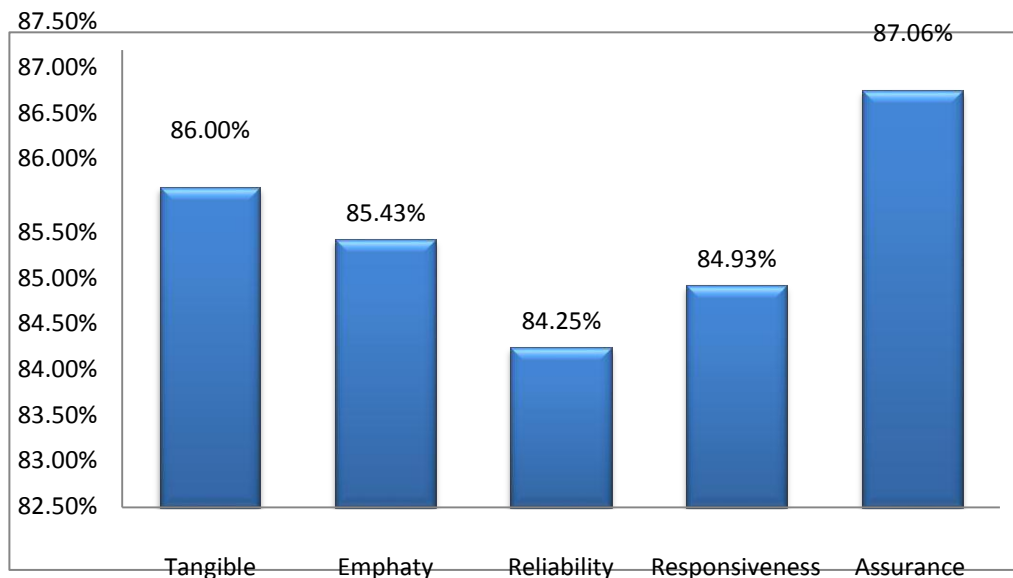
Sumber : Tjiptono, 2011

Keterangan :

- a) Kuadran I : Prioritas Utama
Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga mengecewakan/tidak puas.
- b) Kuadran II : Pertahankan Presentasi
Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah dilaksanakan. Untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- c) Kuadran III : Prioritas Rendah
Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- d) Kuadran IV : Berlebihan
Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 4.1
Persentase Tingkat Kinerja Berdasarkan Persepsi Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan pada TelkoMedika Bandung

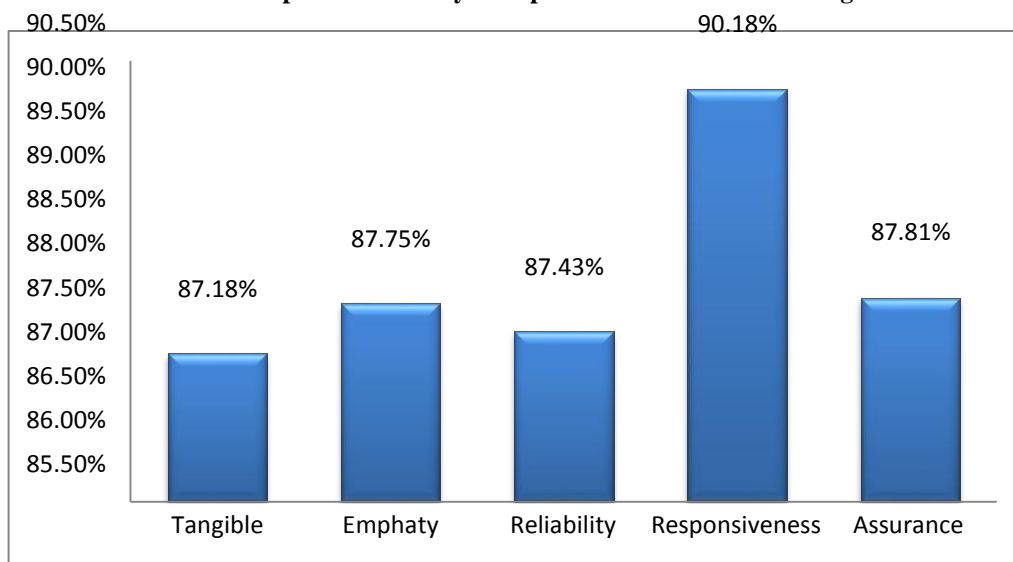


Sumber : data diolah penulis

Secara keseluruhan berdasarkan gambar 4.8 diperoleh rata-rata presentase kinerja kualitas pelayanan TelkoMedika Bandung adalah sebesar 85.53%. Penilaian pasien (responden) terhadap dimensi Assurance merupakan penilaian paling tertinggi dibandingkan dimensi lainnya yaitu 87.06%. Hal ini dikarenakan pasien TelkoMedika Bandung merasa aman dalam berobat, pasien merasa percaya dan nyaman terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Kemudian dimensi Tangible dengan persentase sebesar 86.00%, selanjutnya dimensi Emphaty dengan persentase sebesar 85.43%, Responsiveness dengan persentase sebesar 84.93% , dan dimensi Reliability merupakan dimensi dengan penilaian paling terkecil yaitu dengan persentase sebesar 84.25%. Pada dimensi Reliability

memiliki persentase terkecil dikarenakan pasien merasa prosedur berobat yang dimiliki TelkoMedika Bandung belum dirasakan sesuai yang mereka harapkan.

Gambar 4.2
Persentase Harapan/Kepentingan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan pada TelkoMedika Bandung



Sumber : data diolah penulis

Secara keseluruhan berdasarkan gambar 4.14 diperoleh rata-rata presentase harapan kualitas pelyanan TelkoMedika Bandung adalah sebesar 88.07%. Penilaian responden terhadap *Responsiveness* merupakan penilaian tertinggi dibandingkan dimensi lainnya yaitu sebesar 90.18%. Hal ini dikarenakan karena harapan pasien atas tenaga medis yang cepat tanggap sangat besar dan sangat diutamakan dengan hal lainnya. Selanjutnya dimensi *Assurance* yang memiliki harapan dengan persentase sebesar 87.81%, kemudian dimensi *Emphaty* memiliki harapan dengan persentase sebesar 87.75%, dimensi *Reliability* memiliki harapan dengan persentase sebesar 87.43% dan dimensi *Tangible* merupakan dimensi dengan harapan terkecil yaitu dengan persentase sebesar 87.18%. Dimensi *Tangible* memiliki harapan dengan persentase terkecil karena penampilan fisik yang menarik menurut pasien tidak terlalu penting untuk melakukan pengobatan di TelkoMedika Bandung.

Pada tabel 4.14 berikut ini menunjukkan skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat harapan secara keseluruhan dari dimensi kualitas pelayanan

Tabel 4.1
Nilai Skor Rata-rata

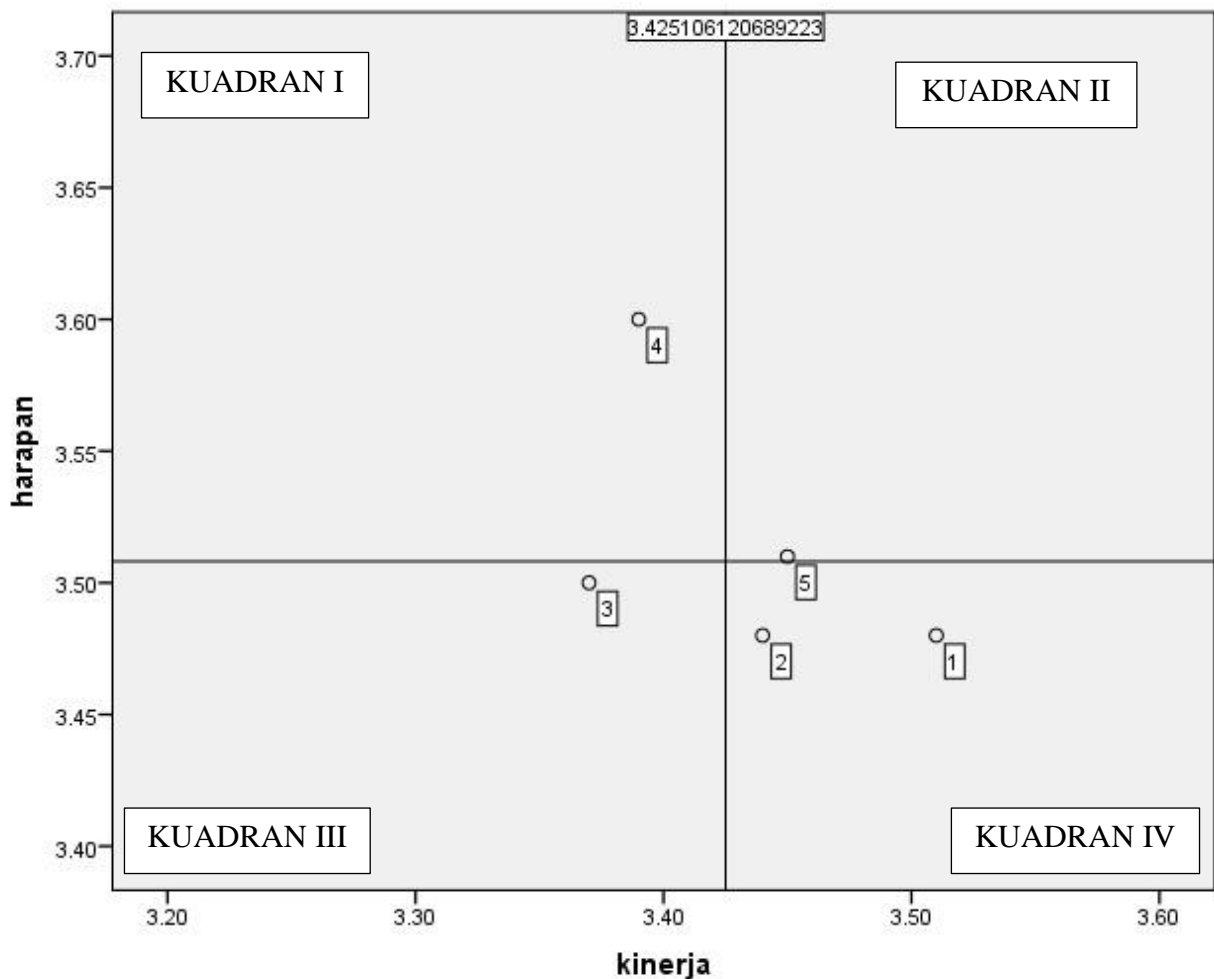
No	Indikator Dimensi Kualitas Pelayanan	Rata-rata Kinerja	Rata-rata Harapan	Kuadran	Dimensi Kualitas Pelayanan
1	Penampilan fisik menarik	3.52	3.42	IV	<i>Tangible</i>
2	Kebersihan ruang periksa	3.55	3.51	IV	
3	Kebersihan ruang tunggu	3.59	3.50	IV	
4	Tempat parkir luas dan nyaman	3.38	3.52	I	

Rata-rata <i>Tangible</i>		3.51	3.48		
5	Keramahan tenaga medis non medis	3.57	3.48	IV	<i>Emphaty</i>
6	Kemudahan pelayanan pendaftaran	3.38	3.49	III	
7	Persediaan obat lengkap	3.29	3.44	III	
8	Kemudahan layanan laboratorium	3.52	3.54	II	
Rata-rata <i>Emphaty</i>		3.44	3.48		
9	Sesuai dengan prosedur	3.31	3.52	I	<i>Reliability</i>
10	Informasi sudah tepat	3.38	3.52	III	
11	Perhatian lebih oleh dokter	3.36	3.43	III	
12	Kemudahan dalam pelayanan medis	3.43	3.52	I	
Rata-rata <i>Reliability</i>		3.37	3.50		
13	Pelayanan cepat	3.42	3.63	I	<i>Responsive-ness</i>
14	Tenaga medis cepat tanggap	3.38	3.67	I	
15	Petugas layanan cepat tanggap	3.40	3.63	I	
16	Kesigapan merespon saran	3.39	3.50	I	
Rata-rata <i>Responsiveness</i>		3.39	3.60		
17	Tenaga medis non medis yang terampil	3.41	3.52	I	<i>Assurance</i>
18	Keramahan para <i>staff</i>	3.51	3.48	IV	
19	Kompetensi para <i>staff</i>	3.39	3.56	I	
20	Perasaan aman dalam berobat	3.52	3.49	IV	
Rata-rata <i>Assurance</i>		3.45	3.51		
Rata-rata Kinerja dan Harapan		3.43	3.51		

Sumber: data diolah penulis

Nilai $X = 3.43$ dan $Y = 3.51$ adalah skor rata-rata kinerja dan harapan pada tabel 4.14 dan merupakan titik sumbu pembagian kuadran, selanjutnya menempatkan titik (X dan Y) tiap dimensi dan tiap *item* kedalam diagram kartesius. Gambar 4.15 menunjukkan keberadaan titik-titik dimensi kualitas pelayanan dan gambar 4.16 menunjukkan keberadaan titik-titik *item* pernyataan dalam kuadran yang telah dibagi kedalam empat kuadran.

Gambar 4.17
Plot Kepentingan dan Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan
TelkoMedika Bandung



Sumber: data diolah penulis

Keterangan :

1. *Tangible*
2. *Emphaty*
3. *Reliability*
4. *Responsiveness*
5. *Assurance*

Berdasarkan gambar 4.15 untuk masing-masing dimensi dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran I : Prioritas Utama

Dimensi *Responsiveness* berada tepat pada daerah kuadran I (prioritas utama), dengan nilai persentase kinerja sebesar 84.93% dan nilai rata-rata kinerja sebesar 3.39, untuk nilai presentase harapan/kepentingan sebesar 90.18% dan nilai rata-rata harapan/kepentingan sebesar 3.60.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dimensi ini dinilai penting dalam mempengaruhi kepuasan pasien. Namun manajemen atau pengelolah layanan kesehatan belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan para pasien sehingga mengecewakan/tidak puas, seperti para tenaga medis TelkoMedika yang masih kurang dalam menanggapi dan menyelesaikan keluhan para pasien, selain itu pasien merasa kurang ketika petugas layanan pendaftaran belum memberikan

pelayanannya dengan cepat, serta kurangnya dalam kesigapan merespon saran yang diberikan pasien TelkoMedika Bandung. Untuk itu pihak manajemen perlu berkonsentrasi pada dimensi ini sehingga kinerja kualitas pelayanan dapat meningkat dan kepuasan pasien pun meningkat.

b. Kuadran II : Pertahankan Prestasi

Dimensi *Assurance* berada tepat pada daerah kuadran II (pertahankan prestasi), dengan nilai persentase kinerja sebesar 87.06% dan nilai rata-rata kinerja sebesar 3.45, untuk nilai persentase harapan/kepentingan sebesar 87.18% dan nilai rata-rata harapan /kepentingan sebesar 3.51.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dimensi *Assurance* dinilai telah berhasil dilaksanakan dan pihak manajemen berkewajiban untuk memastikan bahwa kinerja yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai. Dimensi ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan berdasarkan persepsi pasien.

c. Kuadran III : Prioritas Rendah

Dimensi *Reliability* berada tepat pada daerah kuadran III (prioritas rendah) dengan nilai persentase kinerja sebesar 84.25% dan nilai rata-rata kinerja sebesar 3.37, sedangkan untuk nilai rata-rata harapan/kepentingan sebesar 87.43% dan nilai rata-rata harapan/kepentingan sebesar 3.50.

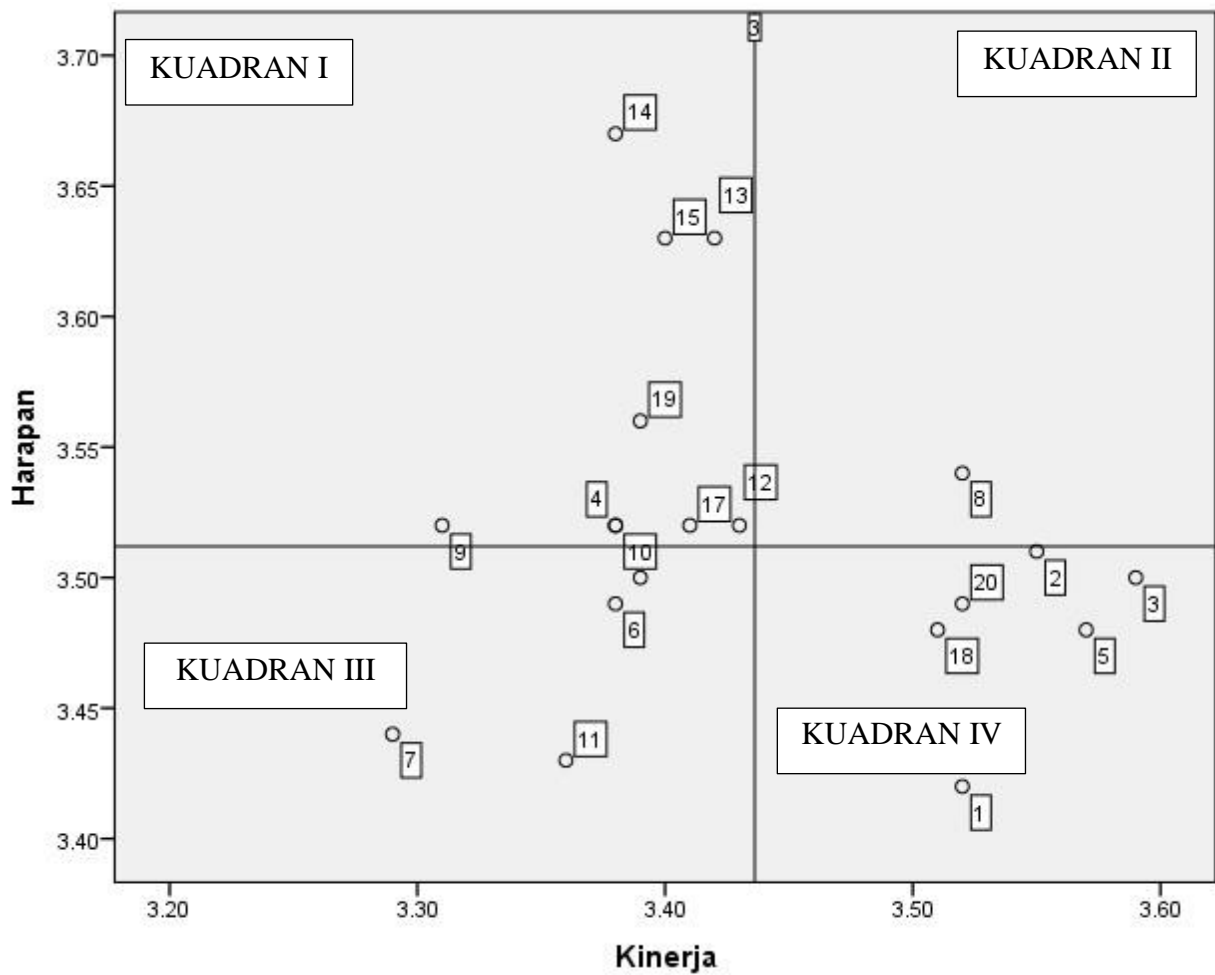
Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dimensi ini kurang penting pengaruhnya bagi pasien, dan pelaksanaannya oleh pihak manajemen biasa-biasa saja. Sehingga dimensi ini dianggap kurang penting dan kurang memuaskan berdasarkan persepsi pasien.

d. Kuadran IV : Berlebihan

Dimensi *Tangible* berada tepat pada daerah kuadran IV (berlebihan) dengan nilai persentase kinerja sebesar 87.74% dan nilai rata-rata kinerja sebesar 3.51, sedangkan untuk nilai persentase harapan/kepentingan sebesar 87.18% dan nilai rata-rata harapan/kepentingan sebesar 3.48. Sedangkan pada dimensi *Emphaty* nilai presentase kinerja sebesar 86% dan nilai rata-rata kinerja sebesar 3.44, sedangkan untuk nilai persentase harapan/kepentingan sebesar 87.75% dan nilai rata-rata harapan/kepentingan sebesar 3.48.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dimensi ini kurang penting pengaruhnya bagi pasien, namun pelaksanaannya oleh pihak manajemen dinilai baik sehingga dimensi ini tidak perlu terlalu mendapatkan perhatian khusus. Dimensi ini dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan berdasarkan persepsi pasien.

Gambar 4.17
Plot Kepentingan dan Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan
TelkoMedika Bandung



Sumber: data diolah penulis

Keterangan :

1. Penampilan fisik menarik
2. Kebersihan ruang periksa
3. Kebersihan ruang tunggu
4. Tempat parkir luas dan nyaman
5. Keramahan tenaga medis non medis
6. Kemudahan pelayanan pendaftaran
7. Persediaan obat lengkap
8. Kemudahan layanan laboratorium
9. Sesuai dengan prosedur
10. Informasi sudah tepat
11. Perhatian lebih oleh dokter
12. Kemudahan dalam pelayanan medis
13. Pelayanan cepat
14. Tenaga medis cepat tanggap
15. Petugas layanan cepat tanggap
16. Kesigapan merespon saran
17. Tenaga medis non medis yang terampil
18. Keramahan para *staff*
19. Kompetensi para *staff*
20. Perasaan aman dalam berobat

Berdasarkan gambar 4.16 untuk masing-masing item atribut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran I : Prioritas Utama

Menunjukkan kelompok atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga mengecewakan/tidak puas. Oleh karena itu perusahaan harus berkonstrasi untuk meningkatkan kinerja pada *item-item* yang ada di kuadran ini. Terdapat Sembilan *item* atribut yang termasuk dalam kuadran ini, yaitu sebagai berikut:

1. Tempat parkir luas dan nyaman (*item* pernyataan no. 4)
2. Sesuai dengan prosedur (*item* pernyataan no. 9)
3. Kemudahan dalam pelayanan medis (*item* pernyataan no. 12)
4. Pelayanan cepat (*item* pernyataan no. 13)
5. Tenaga medis cepat tanggap (*item* pernyataan no. 14)
6. Petugas layanan cepat tanggap (*item* pernyataan no. 15)
7. Kesigapan merespon saran (*item* pernyataan no. 16)
8. Tenaga medis non medis yang terampil (*item* pernyataan no. 17)
9. Kompetensi para *staff* (*item* pernyataan no. 19)

Pada kuadran I berdasarkan dimensinya, *item* pernyataan nomor 1 termasuk dalam dimensi *tangible*, *item* pernyataan nomor 2 dan 3 termasuk dalam dimensi *reliability*, *item* pernyataan nomor 4-7 termasuk dalam dimensi *responsiveness*, dan *item* pernyataan nomor 8 dan 9 termasuk dalam dimensi *assurance*. Pada kuadran I ini, kinerja *item-item* atribut dianggap sangat penting mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun pihak manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, pihak manajemen harus memperbaiki kinerja atribut-atribut yang termasuk pada kuadran I ini untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (pasien).

b. Kuadran II : Pertahankan Prestasi

Menunjukkan kelompok atribut yang telah berhasil dilaksanakan. Untuk itu wajib dipertahankannya, dan dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Terdapat satu *item* atribut yang termasuk dalam kuadran ini yaitu: kemudahan layanan laboratorium (*item* pernyataan no. 8). Pada kuadran II berdasarkan dimensinya, *item* tersebut termasuk dalam dimensi *emphaty*, dimana kinerja *item* atribut telah berhasil dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen. *Item* atribut ini juga wajib untuk dipertahankan oleh pihak manajemen, karena dianggap sangat penting dan sangat memuaskan bagi pelanggan (pasien).

c. Kuadran III : Prioritas Rendah

Menunjukkan kelompok atribut yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja, dan dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Terdapat empat *item* atribut yang termasuk dalam kuadran ini, yaitu sebagai berikut:

1. Kemudahan pelayanan pendaftaran (*item* pernyataan no. 6)
2. Persediaan obat lengkap (*item* pernyataan no. 7)
3. Informasi sudah tepat (*item* pernyataan no. 10)
4. Perhatian lebih oleh dokter (*item* pernyataan no. 11)

Pada kuadran III berdasarkan dimensinya, *item* pernyataan nomor 1 dan 2 termasuk dalam dimensi *emphaty*, *item* pernyataan nomor 3 dan 4 termasuk dalam dimensi *reliability*. Pada kuadran III ini, kinerja *item-item* atribut dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaannya oleh pihak manajemen dianggap biasa-biasa saja dalam persepsi pelanggan. Pihak manajemen dapat mempertimbangkan untuk peningkatan kinerja atribut-atribut ini karena dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan (pasien).

d. Kuadran IV : Berlebihan

Menunjukkan kelompok atribut yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Terdapat enam *item* atribut yang termasuk dalam kuadran ini yaitu sebagai berikut:

1. Penampilan fisik menarik (*item* pernyataan no. 1)
2. Kebersihan ruang periksa (*item* pernyataan no. 2)
3. Kebersihan ruang tunggu (*item* pernyataan no. 3)
4. Keramahan tenaga medis non medis (*item* pernyataan no. 5)
5. Keramahan para *staff* (*item* pernyataan no. 18)
6. Perasaan aman dalam berobat (*item* pernyataan no. 20)

Pada kuadran IV berdasarkan dimensinya, *item* pernyataan nomor 1-3 termasuk dalam dimensi *tangible*, *item* pernyataan nomor 3 termasuk dalam dimensi *emphaty*, *item* pernyataan nomor 5 dan 6 termasuk dalam dimensi *assurance*. Pada kuadran IV ini, kinerja *item-item* atribut dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaannya oleh pihak manajemen dianggap berlebihan dalam persepsi pelanggan (pasien).

Sehingga dapat dilihat berdasarkan diagram kartesius pada gambar 4.16 yang menjadi fokus utama atribut perlu mendapatkan fokus perbaikan adalah Kuadran I, seperti :

1. Tempat parkir luas dan nyaman
2. Kemudahan pelayanan pendaftaran
3. Persediaan obat lengkap
4. Sesuai dengan prosedur
5. Informasi sudah tepat
6. Pelayanan cepat
7. Tenaga medis non medis cepat tanggap
8. Petugas layanan cepat tanggap
9. Kesigapan merespon saran
10. Tenaga medis non medis yang terampil
11. Kompetensi para *staff*

KESIMPULAN DAN SARAN

Kinerja kualitas pelayanan di TelkoMedika Bandung sudah sangat baik, seperti kebersihan ruang periksa yang dimiliki TelkoMedika Bandung, kebersihan ruang tunggu, keramahan tenaga medis dan non medis dan lain-lain. Dimana dimensi yang paling dominan adalah *Assurance* dengan persentase sebesar 87.06% dan dimensi yang kurang dominan adalah *Reliability* dengan persentase sebesar 84.25%. Harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di TelkoMedika Bandung sangat penting. Dimana dimensi *Responsiveness* menduduki posisi paling dominan dengan persentase sebesar 90.18% dan dimensi *Tangible* kurang dominan dengan persentase sebesar 87.18%.

Kepuasan pelanggan di TelkoMedika Bandung menunjukkan dalam kriteria “tidak puas” seperti pada dimensi *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* yang memiliki persepsi konsumen lebih rendah dari harapan pelanggan. Dimana hanya dimensi *Tangible* saja yang memiliki nilai kepuasan = 1. Dilihat dari analisis tingkat kinerja berdasarkan persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan dimensi *reliability* memiliki kinerja yang rendah, sedangkan tingkat harapan/kepentingan pasien terhadap kualitas pelayanan dimensi *responsiveness* tinggi.

Ditinjau dari tingkat kepentingan dan kinerja bahwa terdapat beberapa indikator yang perlu mendapatkan fokus perbaikan, yaitu:

1. Tempat parkir
2. Kemudahan pelayanan pendaftaran
3. Kelengkapan persediaan obat
4. Sesuai dengan prosedur
5. Informasi sudah tepat
6. Pelayanan cepat
7. Tenaga medis cepat tanggap
8. Petugas layanan cepat tanggap
9. Kesigapan merespon saran
10. Tenaga medis non medis yang terampil
11. Kompetensi para *staff*

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2008). *Marketing*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Anwar, Sanusi. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba empat.
- Arikunto, Suharsimi. (1995). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bayu Hadyanto Mulyono “Tesis”. (2008). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Semarang
- Kotler & Armstrong. (2000). *Principle of Marketing*. Jakarta: Salemba.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat
- Oliver, Richard. (2011). *Business Statistic in Practice*. Boston: McGraw Hill.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannnah. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta.
- Rahmat, Dr H. (2009). *Statistika Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rangkuti, Freddy. (2003). *Measuring customer Satisfaction. : Gaining Customer*. Jakarta: Gramedia.
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun tesis (cetakan ke-7)*. Bandung: Alfabeta.
- Ririn, Ratnasari Tri dan Mastuti H. Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit : Ghalia Indonesia
- Robbins, Stephen P. (2009). *Management Upper Saddle River, New Jersey : pearson education. 10 th ed.*
- Sekaran, Uma. (2008). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*. Edisi ke 4. USA: John Wiley&Son. Inc.2003.

