

## PENERAPAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) PADA KUALITAS PELAYANAN PUSKESMAS CIPAYUNG KOTA DEPOK

### APPLICATION OF CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) AND IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) METHODS ON SERVICE QUALITY OF CIPAYUNG PUSKESMAS CITY, DEPOK

Fadhlan Diyan Syakuron<sup>1</sup>, Fajar Sidiq Adi Prabowo<sup>2</sup>, Achmad Manshur Ali Suyanto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ifadhlan@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup>Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, fajarmotekar@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, amasuyanto@telkomuniversity.ac.id

#### Abstract

*Customer satisfaction at the Cipayung Health Center in Depok City is said to be unsatisfactory because recently many complaints have been filed through online comments at the Cipayung Health Center regarding the service quality of the Cipayung Health Center. This indicates that there is customer dissatisfaction with the quality of service provided by the Cipayung Health Center in Depok City. This study aims to determine the level of customer satisfaction at Cipayung Health Center Depok City and what attributes need to be maintained, improved and reduced in intensity to increase customer satisfaction at Cipayung Health Center Depok City. Research Methods in this study using quantitative methods of data collection through a questionnaire using a Likert scale. The number of samples taken was 100 respondents who had used the services of the Cipayung Health Center in Depok City. This research uses the service quality dimension with the Customer Satisfaction Index (CSI) data analysis method and the Importance Performance Analysis (IPA) data. The results of the study showed that the overall level of satisfaction of the Cipayung Health Center in Depok City based on the Customer Satisfaction Index (CSI) method was included in the "Satisfied" category. Through the Importance Performance Analysis (IPA) method, there is one item that needs to be improved, twelve items that need to be maintained and four items that need to be reduced in intensity by the management of the Cipayung Health Center, Depok City.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA)*

#### Abstrak

Kepuasan pelanggan pada Puskesmas Cipayung Kota Depok dikatakan kurang memuaskan dikarenakan belakangan ini banyak keluhan yang diajukan melalui komentar *online* pada Puskesmas Cipayung mengenai kualitas layanan Puskesmas Cipayung. Hal ini menandakan adanya ketidakpuasan pelanggan pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh Puskesmas Cipayung Kota Depok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Puskesmas Cipayung Kota Depok serta atribut – atribut apa saja yang perlu dipertahankan, diperbaiki dan dikurangi intensitasnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Puskesmas Cipayung Kota Depok. Metode Penelitian pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dari pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala likert. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan layanan Puskesmas Cipayung Kota Depok. Penelitian ini menggunakan dimensi *service quality* dengan metode analisis data *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan data *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil pada penelitian menunjukkan secara keseluruhan tingkat kepuasan Puskesmas Cipayung Kota Depok berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) termasuk dalam kategori "Puas". Melalui metode *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat satu item yang perlu diperbaiki, dua belas item yang perlu dipertahankan dan empat item yang perlu dikurangi intensitasnya oleh pihak manajemen Puskesmas Cipayung Kota Depok.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA)

#### I. PENDAHULUAN

Puskesmas, yang diurai menjadi Pusat Kesehatan Masyarakat adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan upaya kesehatan masyarakat dan upaya kesehatan perseorangan tingkat pertama, merupakan unit pelaksana teknis dinas kabupaten atau kota yang bertanggungjawab menyelenggarakan pembangunan kesehatan disuatu wilayah kerja. Salah satu layanan kesehatan yang paling mudah diakses adalah puskesmas, disini peneliti membawa UPTD (Unit Pelaksana Teknis Daerah) Puskesmas Cipayung yang berada di Kota Depok. Salah satu puskesmas yang ada dari banyaknya puskesmas sekaligus yang menjadi tempat objek penelitian, berada di Jl. Kelurahan Cipayuh No. 8, Cipayung, Kec. Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat 16437.

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2014 Tentang Pusat Kesehatan Masyarakat. Pusat Kesehatan Masyarakat yang selanjutnya disebut Puskesmas adalah fasilitas pelayanan kesehatan. Pelayanan kesehatan merupakan faktor penting dalam meningkatkan derajat kesehatan dan kesejahteraan setiap insan di seluruh dunia. Setiap orang mempunyai hak dalam memperoleh pelayanan kesehatan dan pemerintah bertanggung jawab atas ketersediaan segala bentuk upaya kesehatan yang bermutu, aman, efisien, dan terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat (Pasal 19 UU No. 36 Tahun 2009). Salah satu upaya tersebut yaitu dengan peningkatan ketersediaan dan pemerataan fasilitas pelayanan kesehatan dasar seperti puskesmas di setiap daerah (Bappenas, 2016).

Dalam penelitian ini, akan difokuskan pada masyarakat Kota Depok karena Kota Depok terletak sangat strategis yaitu berada di antara tiga kabupaten dan satu provinsi yaitu Kabupaten Tangerang dan masuk dalam wilayah DKI Jakarta, Kota Bekasi, Kabupaten Bogor dan Kabupaten Gunung Sindur (Sumber: depoknews.id), Lalu Kota Depok juga merupakan Pusat Pemerintahan yang berbatasan langsung dengan Wilayah Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta juga merupakan wilayah penyangga Ibu Kota Negara yang diarahkan untuk kota pemukiman, Kota Pendidikan, Pusat pelayanan perdagangan dan jasa, Kota pariwisata dan sebagai kota resapan air. (depok.go.id. 2019).

Sebagai salah satu pelaku jasa yang bergerak pada layanan kesehatan, Puskesmas Cipayung memfokuskan pada kualitas serta pengalamannya, sudah sewajarnya Puskesmas Cipayung Kota Depok harus memberikan pelayanan serta fasilitas-fasilitas yang memadai. Menurut Nugroho (2021) kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, dari kualitas ini memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang baik dengan institusi jasa. Oleh sebab itu, diperlukan evaluasi dalam hal layanan dan kinerja pada puskesmas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menjawab tantangan ini perlu adanya metode yang tepat yang mampu memberikan informasi yang berhubungan terhadap dimensi/atribut yang perlu diperbaiki dengan tujuan untuk menjaga kepuasan konsumen, menggunakan lima dimensi pada *Service Quality* yaitu *assurance*, *reliability*, *tangibility*, *emphaty* dan *rensponsiveness* dengan harapan dapat diketahui dan dipertimbangkan bagi puskesmas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Beberapa kelebihan penggunaan metode ini yaitu menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi, hasilnya mudah diinterpretasikan, jalannya relatif mudah dimengerti dan membutuhkan biaya yang rendah. Pada penelitian ini juga digunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan. Keunggulan metode ini antara lain: efisien (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang diperlukan untuk diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta memiliki sensitivitas skala dan reliabilitas yang tinggi.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Jasa

Secara garis besar, jasa merupakan suatu tindakan atau suatu kinerja penampilan yang ditawarkan dari suatu pihak kepada pihak lain. Menurut (Syadzali, 2020) Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan sesuatu. Jasa juga dapat berbentuk suatu kinerja yang tidak berwujud dan cepat hilang, lebih cepat dirasakan dari pada memiliki (Rachmawati & Azis, 2017). Menurut Tjiptono & Chandra (2016), terdapat 4 karakteristik jasa yang berdampak pada desain pemasaran jasa, yaitu *Intangibility* (Tidak Berwujud), *Heterogeneity/Variability/Inconsistency* (Bervariasi), *Inseparability* (Tidak Terpisahkan) dan *Perishability* (Mudah Lenyap). Farashah (2017 : 880) menjelaskan bahwa literature utama *entrepreneurship* memfokuskan pada studi di negara-negara dengan lingkungan bisnis yang dikembangkan dan direalisasikan paradigma ekonomi neoliberal yang didorong oleh inovasi dan teknologi tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* merupakan proses membuat ide dan inovasi yang memberikan nilai lebih dan menciptakan sesuatu yang baru atau berbeda.

### B. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Yafie

(2016) menyatakan bahwa “Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dan menurut Yafie (2016) menyatakan bahwa “Kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakannya”. Kualitas jasa atau kualitas pelayanan yang mendefinisikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono & Chandra, 2016). Kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan (Kasmir, 2017).

### C. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk atau pelayanan yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Menilai kepuasan konsumen dan meningkatkan ekspektasi pelanggan merupakan salah satu cara untuk mendapatkan pelanggan tetap yang setia. Jika kinerja produk atau layanan tidak mencapai harapan maka pelanggan tidak puas. Tetapi jika produk atau layanan melebihi harapan maka pelanggan akan puas (Kotler & Keller, 2016).

Setiap pelanggan pasti menginginkan hasil terbaik atas sesuatu yang mereka terima. Namun, hal ini tergantung dari kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan itu sendiri. Menurut Bob Sabran (2016) kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Tjiptono (2016) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

### D. Customer Satisfaction Index (CSI)

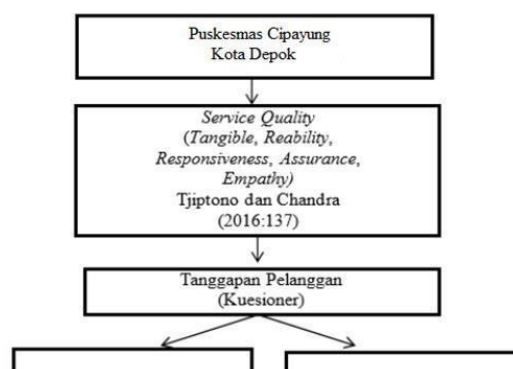
Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelanggan secara menyeluruh dengan melihat dari atribut-atribut produk/jasa. Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi (Anggraini et al, 2015). Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance (kinerja) produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui. Tingkat kepuasan pelanggan tersebut dapat diukur dengan suatu metode yang dinamakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) dilakukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan dijadikan acuan dalam menentukan sasaran-sasaran di masa yang akan datang (Indrajaya, 2018).

### E. Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Tjiptono (2016) teknik IPA dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikel mereka “*Importance Performens Analysis*” yang di publikasikan di *Jurnal of Marketing*. *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Kepuasan seseorang tersebut diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain. Seringkali IPA digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya.

Perusahaan membandingkan antara harapan konsumen dengan kinerja yang telah dilakukannya. Apabila tingkat harapannya lebih tinggi daripada kinerja perusahaan berarti konsumen tersebut belum mencapai kepuasan, begitu pula sebaliknya. *Importance Performance Analysis* (IPA), merupakan alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan/kinerja terhadap jawaban responden, digunakan skala 5 tingkat (Skala Likert).

### F. Kerangka Pemikiran



### Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan maka peneliti menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) harapan dengan metode-metode tersebut peneliti dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang telah yang diberikan oleh Puskesmas Cipayung Kota Depok dan juga mengetahui atribut kualitas pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan mendorong upaya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan pada Puskesmas Cipayung Kota Depok, serta mengetahui atribut-atribut pelayanan yang dianggap tidak memuaskan bagi konsumen yang artinya atribut tingkat pelayanan tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi di mata konsumen namun rendah dalam pelayanannya.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

### A. Sampel

Penelitian ini meneliti pelanggan yang pernah berkunjung dan pernah menggunakan layanan dari Puskesmas Cipayung Kota Depok, dan terhitung dari pengunjung selama setahun (Januari – Desember 2020) sebanyak 15.351 pengunjung. Pemilihan tersebut sebagai populasi dari penelitian ini adalah agar service quality dan kepuasan pelanggan di Puskesmas Cipayung dapat terukur, maka populasi harus yang sudah pernah berkunjung dan juga yang pernah menggunakan layanan Puskesmas Cipayung di Kota Depok.

Berdasarkan rumus *Slovin*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 99.35 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden agar nilai kuesioner lebih mewakili sampel, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini genap berjumlah 100 responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

| Item          | Kategori  | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------|-----------|-----------|----------------|
| Jenis Kelamin | Perempuan | 60        | 60%            |
|               | Laki-laki | 40        | 40%            |

Sumber: Data yang telah diolah oleh penulis, 2020

### B. Pengukuran

Peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak Excel untuk proses pengolahan data. Kuesioner pelanggan Puskesmas Cipayung Kota Depok sebanyak 100 item pernyataan yang terdiri dari 17 item pernyataan indikator kepentingan, 17 item pernyataan terkait indikator persepsi kinerja. Teknik penskalaan yang digunakan adalah skala likert berjumlah 5 poin, poin terendah 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (cukup setuju), 4 setuju, 5 (sangat setuju). Semua butir pernyataan kuesioner telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Jumlah *Cronbach's Alpha* kepentingan dan kinerja sama-sama memiliki poin  $\geq 0,70$  yaitu 0,980 maka dinyatakan reliabel. **3.3 Teknik Analisis**

### C. Customer Satisfaction Index (CSI)

Berdasarkan perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), diperoleh nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja kualitas pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja kualitas pelayanan.

Tabel 2. Interpretasi Nilai CSI

| No | Nilai CSI (%) | Keterangan (CSI) |
|----|---------------|------------------|
| 1  | 81% - 100%    | Sangat Puas      |
| 2  | 66% - 80.99%  | Puas             |
| 3  | 51% - 65.99%  | Cukup Puas       |
| 4  | 35% - 50.99%  | Kurang Puas      |
| 5  | 0% - 34.99%   | Tidak Puas       |

#### D. Importance Performance Analysis (IPA)

Anggraini *et. al* (2015) mengemukakan, rumus untuk menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai berikut :

$$X = \frac{\sum xi}{n} \quad (1)$$

$$Y = \frac{\sum yi}{n} \quad (2)$$

Dimana :

X : Skor rata-rata tingkat kinerja

Y : Skor rata-rata tingkat kepentingan

n : Jumlah responden

Selanjutnya dihitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan (Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram *cartesius*, dengan rumus :

$$x = \frac{\sum_{i=1}^n x}{K} \quad (3)$$

$$y = \frac{\sum_{i=k}^n y}{K} \quad (4)$$

Dimana:

K : Banyaknya variabel yang didapat

X : Rata-rata dari skala tingkat kualitas

Y : Rata-rata dari skala tingkat kepentingan

Penjabaran tiap atribut dalam diagram *cartesius* seperti terlihat pada diagram *cartesius Importance Performance Analysis (IPA)* sebagaimana diberikan pada gambar 3.2 berikut :



Gambar 2. Importance Performance Analysis

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang telah diolah, diperoleh responden sebanyak 100 orang yang telah mengisi kuesioner pada penelitian ini. Responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini adalah responden berjenis kelamin wanita dengan jumlah persentase sebesar 60% atau sebanyak 60 responden. Untuk mayoritas usia responden adalah pada rentang usia >40 Tahun dengan jumlah persentase sebesar 26% atau sebanyak 26 responden. Berdasarkan pendidikan terakhir, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan terakhir pada jenjang pendidikan SMA/Sederajat dengan jumlah persentase sebesar 44% atau berjumlah 44 responden. Pekerjaan yang dimiliki oleh mayoritas responden adalah sebagai Ibu Rumah Tangga dengan jumlah persentase sebesar 30% atau sebanyak 30 responden.

*Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan atribut – atribut produk/jasa. Berdasarkan perhitungan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) kualitas pelayanan yang dilakukan di Puskesmas Cipayung Kota Depok ialah sebesar 74.42%, nilai ini menunjukkan pada kriteria puas. Hal ini mengartikan sebagian besar konsumen telah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Akan tetapi, sebaiknya pihak Puskesmas Cipayung Kota Depok terus melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanan, agar pelanggan merasa sangat puas dengan kinerja produk secara keseluruhan. Hal ini disebabkan masih ada 25.58% pelanggan yang belum puas. Oleh karena itu, pelayanan masih dirasakan belum maksimal secara keseluruhan dan diperlukannya perbaikan terhadap atribut-atribut dalam kualitas layanan oleh pihak manajemen Puskesmas Cipayung Kota Depok sehingga diharapkan dapat memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi hingga mencapai kategori “Sangat Puas” dalam indeks kepuasan pelanggan.

Dari nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) pelanggan Puskesmas Cipayung Kota Depok yang masih berada dibawah 80% maka diperlukan evaluasi bagi pihak manajemen Puskesmas Cipayung untuk memperbaiki atribut-atribut sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), pihak manajemen Puskesmas Cipayung dapat mengetahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki, dipertahankan dan dikurangi intensitasnya.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) secara keseluruhan diperoleh tingkat kepuasan pelanggan Puskesmas Cipayung adalah sebesar 74.42% yang berada pada tingkat “puas”. Dari hasil tersebut diperoleh kesimpulan bahwa secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap kinerja dari atribut – atribut *service quality* Puskesmas Cipayung Kota Depok. Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) diperoleh empat kuadran sebagai penentu atribut-atribut apa saja yang perlu diperbaiki, dipertahankan dan dikurangi intensitasnya. Pada kuadran I hanya ada satu atribut yaitu Puskesmas memiliki tenaga medis yang dapat diandalkan. Atribut ini memiliki tingkat kepentingan dengan prioritas tinggi bagi pelanggan dan perlu diperbaiki dikarenakan kinerja layanan Puskesmas Cipayung dianggap tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Pada kuadran II terdapat sembilan atribut yang kinerja layanannya dianggap sudah sesuai dengan harapan pelanggan Puskesmas Cipayung sehingga harus dipertahankan dan ditingkatkan oleh pihak Puskesmas Cipayung, yaitu meliputi:

- i. Hasil Pemeriksaan Mengutamakan Kepentingan Pasien
- ii. Jam Operasional Puskesmas Sudah Memiliki Waktu Yang Sesuai
- iii. Karyawan Dan Tenaga Medis Dapat Diandalkan
- iv. Hasil Pemeriksaan Yang Diberikan Oleh Puskesmas Sesuai Dengan Keandalan Medis
- v. Karyawan Dan Tenaga Medis Tidak Melakukan Kesalahan Dalam Memberikan Pelayanan
- vi. Karyawan dan Tenaga Medis Bersedia Menanggapi Permintaan Pasien
- vii. Karyawan Dan Tenaga Medis Memberikan Pelayanan Dengan Cepat
- viii. Karyawan Dan Tenaga Medis Memiliki Pengetahuan Yang Baik Dalam Memberikan Pelayanan
- ix. Pasien Percaya Akan Pelayanan Yang Diberikan Oleh Puskesmas

Kuadran III terdapat empat atribut yang dianggap oleh pelanggan memiliki tingkat kepentingan dengan prioritas rendah dan tingkat kinerja yang kurang baik oleh karena itu diperlukannya pengurangan intensitas pada atribut tersebut oleh pihak manajemen Puskesmas Cipayung.

Atribut yang perlu dikurangi intensitasnya adalah:

- a. Desain Ruang terhadap Ruang Tunggu Terlihat Menarik
- b. Ruang Tunggu Memiliki Fasilitas Yang Lengkap
- c. Alat Kesehatan Yang Disediakan Cukup Beragam
- d. Ketepatan Waktu Pemeriksaan Sesuai Dengan Estimasi Yang Diberikan

Pada kuadran terakhir atau Kuadran IV terdapat tiga atribut yang tingkat kepentingannya dianggap rendah oleh pelanggan tetapi kinerja pelayanan yang diberikan oleh Puskesmas Cipayung sudah sangat baik sehingga dapat dipertahankan oleh pihak manajemen Cipayung Kota Depok.

Atribut tersebut diantaranya yaitu :

- a. Penampilan Karyawan Dan Tenaga Medis Cukup Menarik
- b. Pengertian Terhadap Pasien Dengan Memahami Kebutuhan Pasien
- c. Karyawan Dan Tenaga Medis Memberikan Pelayanan Dengan Cepat

### b. Saran

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang telah dilakukan terdapat 14 item yang perlu diperbaiki oleh perusahaan yaitu pada kuadran I, II dan III. Namun untuk prioritas utama yang wajib dalam pembenahan terdapat pada kuadran I sebanyak yakni Puskesmas Cipayung Memiliki Tenaga Medis Yang Dapat Diandalkan, sebaiknya Puskesmas Cipayung melakukan pelatihan dalam upaya meningkatkan kinerja tenaga medis secara rutin sehingga Puskesmas Cipayung dapat meningkatkan kepuasan pelayanan terhadap pelanggan.

## REFERENSI

- Basrowi. (2016). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- BACIGALUPO, M., KAMPYLIS, P., & PUNIE, Y. Competence Frameworks (CFP).
- Candra, T. (2017, September 19). *Menatap Indonesia Cerah Jauh dari Pengangguran*. Retrieved September 28, 2018, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/taufiq123/59ad6514b881b606b84b9de2/menatap-indonesia-cerah-jauh-dari-pengangguran>
- Farashah, A. D. (2013). The process of impact of entrepreneurship education and perception and intention Study of educational system of Iran. *Education + Training, Vol. 55 Iss 8/9 pp.868-885*.
- Kuswara, H. (2012). *Strategi Perguruan Tinggi Mewujudkan Entrepreneurial Campus*. Retrieved September 12, 2018, from Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi: <https://ristekdikti.go.id/kolom-opini/strategi-perguruan-tinggi-mewujudkan-entrepreneurial-campus/>
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training, Vol. 52(Iss 1)*, pp. 20-47.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Pustaka Pelajar.
- Saroni, M. (2012). *Mendidik & Melatih Entrepreneur Muda: Membuka Kesadaran Atas Pentingnya Kewirausahaan bagi Anak Didik*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi 3*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Tang, M., Chen, X., Li, Q., & Lu, Y. (2014). Does Chinese university entrepreneurship education fit students' needs? . *Vol. 6 Iss 2 pp. 163-178*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4 ed.). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Trading Economic. (2020, Januari). *TINGKAT PENGANGGURAN - DAFTAR NEGARA - ASIA*. Retrieved January 25, 2020, from Trading Economics: <https://id.tradingeconomics.com/country-list/unemployment-rate?continent=asia>
- Wijaya, T. (2018). *MANAJEMEN KUALITAS JASA*. Jakarta: Indeks.
- Yola, Melfa, and Duwi Budianto. "Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk pada supermarket dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA)." *Jurnal Optimasi Sistem Industri* 12.12 (2013): 301-309.