

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, kesehatan gigi menjadi pusat perhatian masyarakat di Indonesia. Semakin terbukanya akses informasi termasuk di bidang kesehatan dan kedokteran gigi membuat pengetahuan masyarakat tentang pentingnya kesehatan gigi semakin meningkat. Hal ini akan berdampak terhadap peningkatan kebutuhan pelayanan kesehatan gigi yang dapat memberikan layanan komprehensif dan mutakhir. Poli Gigi dan Mulut merupakan salah satu bentuk pelayanan Rumah Sakit untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan gigi dan mulut masyarakat.

Masyarakat yang menggunakan jasa layanan kesehatan gigi tidak hanya bertujuan untuk mengobati gigi yang sakit atau bermasalah tetapi juga untuk meningkatkan penampilan gigi yang pada akhirnya akan meningkatkan rasa percaya diri. Bau mulut merupakan salah satu bukti tidak terawatnya kondisi gigi dan mulut yang diakibatkan oleh timbunan sisa makanan yang tidak dibersihkan dengan sempurna, atau gigi yang infeksi dan berlubang dapat memicu aroma tak sedap dari mulut (Darmawan, 2007 dalam “Analisis Kepuasan Pasien terhadap Pelayanan Gigi Drg. Tjang *and Partners*”, 2010). Rumah sakit yang melayani jasa kesehatan gigi dan mulut dapat pula ditemukan di beberapa universitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Humas RSGM “X” bahwa hal ini didasarkan adanya peraturan pemerintah yang mewajibkan setiap

universitas yang memiliki fakultas kedokteran gigi untuk memiliki rumah sakit gigi dan mulut sendiri.

Universitas “X” merupakan salah satu Universitas swasta di Kota Bandung yang memiliki sarana jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang bernama Rumah Sakit Gigi dan Mulut “X” (RSGM “X”). RSGM “X” dibangun pada tahun 2011 dan mulai beroperasi sejak awal tahun 2012. Dengan adanya RSGM “X”, warga universitas seperti mahasiswa dan staf universitas dimudahkan dalam menggunakan pelayanan kesehatan, bahkan pelayanan kesehatan di RSGM “X” juga terbuka untuk umum bagi warga masyarakat di sekitar Universitas “X”. RSGM “X” memiliki visi untuk menjadi penyedia layanan kesehatan terunggul yang berwawasan global dan mandiri serta mampu menjadi pusat rujukan pelayanan kesehatan yang handal dan berkompeten dalam memberikan pelayanan yang prima, berkualitas, dan ramah kepada seluruh lapisan masyarakat.

RSGM “X” merupakan rumah sakit yang berfokus pada masalah gigi dan mulut. Pelayanan kesehatan gigi dan mulut ini dibagi menjadi dua bagian utama yaitu poli gigi umum dan poli gigi khusus. Tenaga medis yang ada di RSGM “X” ini berjumlah 30 orang dokter umum, dua orang dokter spesialis yang terdiri dari spesialis anak dan spesialis penyakit dalam. Untuk bagian poli gigi sendiri tenaga medis berjumlah 10 orang dokter gigi, 6 orang dokter spesialis gigi yang terdiri dari spesialis periodonti, spesialis konservasi gigi, spesialis ortodonti, spesialis penyakit mulut, spesialis bedah mulut dan spesialis prostodonti.

Dokter merupakan salah satu pihak yang berinteraksi langsung dengan pasien, selain itu ada pula staf rumah sakit lainnya seperti perawat, staf pendaftaran, staf pembayaran serta asisten apoteker. Perawat di RSGM “X” ini berjumlah 8 orang, yang bertugas sebagai asisten dokter,

menyiapkan kebutuhan di klinik, mengatur antrian pasien serta menerima kartu pasien. Staf pendaftaran di RSGM “X” berjumlah dua orang, satu orang bertugas melayani pendaftaran pasien sedangkan satu orang lainnya bertugas memberikan informasi bagi pasien. Staf pembayaran berjumlah dua orang yang bertugas mencatat dan memberikan tagihan serta menerima pembayaran. Apoteker berjumlah dua orang yang bertugas untuk menyiapkan obat sesuai dengan resep dokter, menjelaskan pemakaian obat pada pasien, serta merekap daftar obat-obatan yang diperlukan dan yang sudah dibeli. Petugas laboratorium radiologi gigi berjumlah dua orang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Noprika Br Bangun terhadap 160 orang mahasiswa Universitas “X” yang pernah berobat ke RSGM “X” pada tahun 2014, diperoleh hasil sebagai berikut: Sebanyak 135 mahasiswa (84,375%) menyatakan tidak puas terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”. Sebanyak 18 mahasiswa (11,25%) menyatakan sangat puas terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”. Sebanyak 7 mahasiswa (4,375%) menyatakan puas terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang berobat ke RSGM “X” merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pihak RSGM “X” Bandung. Meskipun demikian, penelitian yang dilakukan oleh Noprika Br Bangun belum terfokus pada bidang kesehatan gigi dan mulut serta masih menggunakan sampel yang umum.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pihak *marketing* RSGM “X”, didapatkan informasi bahwa jumlah dokter gigi adalah 16 orang dengan jumlah pasien kurang lebih 500 orang per bulan. Menurut pihak RSGM “X”, keterbatasan jumlah dokter gigi dan mulut dalam melayani pasien yang berobat menyebabkan timbulnya beberapa keluhan. Keluhan yang paling

sering muncul yaitu berkaitan dengan jumlah antrian yang banyak. Hal ini terjadi karena untuk setiap tindakan pengobatan gigi membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan tindakan pengobatan di poli umum. Sampai saat ini RSGM “X” menyediakan dua ruangan praktek gigi untuk 10 orang dokter, terdapat satu ruangan lainnya yang digunakan sebagai cadangan bila terjadi kendala pada ruang praktek gigi utama tersebut. Sementara itu, jumlah pasien yang berobat cukup banyak sehingga pasien harus mengantri dalam waktu yang cukup lama, terutama pada hari-hari dan jam praktek dokter yang dianggap favorit.

Selama lebih dari tiga tahun beroperasi, pelayanan kesehatan di RSGM “X” ini mendapatkan beragam penilaian dari pasien yang pernah berobat maupun yang belum pernah berobat di RSGM “X”. Selama RSGM “X” beroperasi, terdapat 20 keluhan yang terdokumentasi, baik melalui kotak keluhan dan saran maupun melalui laporan langsung kepada pihak direksi yang berisi tentang pernyataan kekecewaan terhadap pelayanan di RSGM “X”. Keluhan yang tidak terdokumentasi berjumlah lebih dari 20, yang dinyatakan baik secara langsung kepada dokter dan perawat maupun kepada staf pendaftaran. Pada bulan April 2015, terdapat 6 masukan di kotak saran yang berisi tentang keluhan antrian yang sangat banyak sehingga seringkali pasien harus menunggu dalam waktu yang sangat lama atau bahkan harus kembali lagi pada hari berikutnya.

Pihak RSGM “X” sudah berupaya untuk mengatasinya dengan menggunakan bantuan sistem informasi manajemen (SIM), yang bersifat *shareable* dan langsung terhubung ke setiap komputer di bagian pendaftaran, kasir dan farmasi. SIM berguna untuk mempermudah dan mempercepat proses pelayanan, transaksi obat serta rekam medis pasien, namun operator seringkali terkendala pada reliabilitas dan kapasitas *hardware* sehingga sampai bulan Mei 2015

permasalahan jumlah antrian pasien belum dapat teratasi. Selain keluhan yang sudah disampaikan melalui kotak saran, keluhan lain yang muncul yaitu mengenai kinerja pelayanan dari dokter gigi dan mulut yang dianggap kurang kompeten salah satunya karena pasien dilayani oleh mahasiswa kedokteran gigi yang masih dalam masa belajar (*co-assistent*). Selain itu juga peralatan medis yang kurang memadai seperti alat untuk membersihkan karang gigi yang masih tradisional. Dari segi waktu juga membutuhkan proses pengerjaan yang lama tetapi hasil yang didapatkan tidak sesuai karena masih ada sisa-sisa karang gigi yang belum bersih. Hal lain yang dikeluhkan yaitu mengenai ruangan yang terbatas dan ketersediaan dokter yang terbatas. Ada juga mahasiswa yang mengeluhkan tentang biaya pengobatan dan perawatan gigi yang lebih mahal dibandingkan dengan rumah sakit gigi dan mulut lainnya meskipun sudah diringankan dengan adanya JPK.

Menurut pihak *marketing* RSGM “X”, meskipun cukup banyak keluhan yang disampaikan mengenai pelayanan kesehatan di RSGM “X”, namun ada pula pasien yang menyampaikan secara langsung bahwa pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” sudah baik, terutama dari segi kenyamanan ruangan dan lokasi yang dekat serta mudah dijangkau. Melalui survei yang dilakukan oleh pihak *marketing* RSGM “X” kepada 150 pasien mengenai penilaian mereka setelah mendapatkan pelayanan di RSGM “X”, 20 orang diantaranya menyatakan puas terhadap pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” Bandung.

Adanya perbedaan penilaian terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan persepsi setiap pasien yang pernah berobat di RSGM “X” Bandung terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang didapatkan dari pihak kedokteran gigi dan mulut RSGM “X”. Hal ini pula yang dapat membentuk rasa puas maupun tidak puas pasien terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan

mulut yang diterimanya yang disesuaikan dengan harapan dan kebutuhannya. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dan hal ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Tjiptono, Fandi, 2000). Kepuasan konsumen yang tinggi akan dapat membangun loyalitas konsumen yang kemudian membuat suatu usaha mampu mempertahankan konsumennya (Tjiptono, Fandi, 2000). Menurut Zeithaml (2006:110) kepuasan konsumen adalah evaluasi konsumen terhadap suatu produk atau jasa, apakah produk atau jasa tersebut sesuai dengan harapan dan kebutuhannya.

Menurut Kotler (2004), tingkat kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan puas yang dialami konsumen terhadap kualitas jasa yang digunakannya, setelah membandingkan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang diterima (*perceived service*). Jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen melebihi harapan atau kebutuhan konsumen, maka hal ini akan membuat konsumen merasa sangat puas. Bila konsumen merasa sangat puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa tersebut dan memungkinkan untuk menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Jika pelayanan yang diterima oleh konsumen sama dengan harapan atau kebutuhan konsumen, maka hal ini akan membuat konsumen merasa puas. Bila konsumen merasa puas, konsumen belum tentu akan kembali menggunakan jasa tersebut, tetapi bisa saja menjadikannya sebagai alternatif jika ada jasa lain yang memberikan penawaran yang sama namun tidak memberikan pelayanan yang lebih berkualitas. Bila harapan atau kebutuhan konsumen melebihi pelayanan yang diterima, maka hal ini akan membuat konsumen merasa tidak

puas. Bila konsumen merasa tidak puas, maka bisa saja konsumen tidak akan kembali menggunakan jasa tersebut atau komplain mengenai keluhannya selama merasakan pelayanan yang didapatkan, terkecuali bila konsumen mempertimbangkan harga daripada pelayanan yang didapatkan.

Menurut Zeithaml (2006), terdapat 5 dimensi utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa, yang terdiri dari *reliability*, yaitu kemampuan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan dengan akurat sesuai dengan yang telah dijanjikan. Kedua, *responsiveness* yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang cepat, tanggap dan cekatan bagi konsumen. Ketiga, *assurance* yaitu pengetahuan penyedia jasa, kesopanan dan kemampuan untuk memunculkan rasa percaya serta keyakinan kepada konsumen. Keempat, *empathy* yaitu kepedulian, perhatian secara individual yang diberikan penyedia jasa kepada konsumen. Kelima, *tangible* merupakan tampilan dari fasilitas fisik, perlengkapan, personel, dan media komunikasi.

Expected service yang akan dibandingkan dengan *perceived service* untuk membentuk kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu *enduring service intensifier*, *personal needs*, *transitory service intensifiers*, *perceived service alternatives*, *self-perceived service role*, *situational factors*, *explicit service promises*, *implicit service promises*, *word of mouth*, *past experience*. Sedangkan *perceived service* dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu *service encounters* dan *evidence of service*.

Berdasarkan hasil survei awal melalui metode wawancara terhadap 13 orang mahasiswa Universitas “X” yang pernah berobat gigi dan mulut di RSGM “X” dengan frekuensi pengobatan paling sedikit satu kali, didapatkan hasil sebagai berikut: Sebanyak 9 mahasiswa (69,2%)

menyatakan tidak puas terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”. Mahasiswa menilai antrian untuk berobat di poli gigi dan mulut sangat banyak dan dokter gigi tidak selalu ada di tempat praktek sesuai jadwalnya sehingga harus menunggu dan mengantri dalam waktu yang sangat lama. Selain itu juga dokter gigi kurang kompeten dalam memberikan pelayanan sehingga hasilnya kurang memuaskan serta dokter gigi tidak memberikan penjelasan apapun kepada pasien saat proses pemeriksaan. Biaya pengobatan dan perawatan gigi yang lebih mahal dibandingkan dengan pengobatan dan perawatan di RSGM lain juga menjadi salah satu bahan pertimbangan ketidakpuasan mahasiswa. Hal ini menunjukkan ketidakpuasan konsumen yang merupakan gambaran dari dimensi *reliability* dan *responsiveness*.

Sebanyak 4 mahasiswa (30,8%) menyatakan puas terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”. Mahasiswa menilai adanya jaminan pemeliharaan kesehatan (JPK) sangat meringankan biaya pengobatan yang harus ditanggung. Selain itu juga ruang tunggu yang nyaman serta lokasi gedung dekat dan mudah dijangkau. Kinerja dokter gigi yang akurat dan memberikan pelayanan sesuai dengan standar juga menjadi bahan pertimbangan kepuasan mahasiswa tersebut. Hal ini menunjukkan kepuasan konsumen yang merupakan gambaran dari dimensi *tangible* dan *reliability*.

Berdasarkan hasil survei awal, meskipun sebagian besar pasien menyatakan tidak puas, yaitu 69,2% dan 30,8% pasien menyatakan puas, namun dari data rekapitulasi jumlah pasien RSGM “X” pertahunnya diperoleh jumlah pasien yang terus meningkat. Pada tahun 2012 jumlah pasien poli gigi dan mulut di RSGM “X” yaitu 4.937 pasien, tahun 2013 yaitu 8.804 pasien, tahun 2014 yaitu 9.773 pasien, dan hingga bulan September 2015 berjumlah 8.452 pasien. Hal ini

menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pasien menyatakan tidak puas namun pasien tersebut tetap menggunakan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing (Tjiptono, Fandy, 2004). Oleh karena adanya fakta yang tidak selaras dengan teori yaitu sebagian besar konsumen merasa tidak puas namun jumlah pasien di RSGM “X” terus meningkat pada setiap tahunnya. Selain itu juga beragamnya penilaian mahasiswa terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang dipengaruhi oleh lima dimensi melalui survei awal, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan mahasiswa Universitas “X” terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” Bandung.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari penelitian ini ingin diketahui tingkat kepuasan mahasiswa Universitas “X” terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” Bandung.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat kepuasan mahasiswa Universitas “X” terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” Bandung.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai tingkat kepuasan mahasiswa Universitas “X” terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” Bandung melalui lima dimensi, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

1. Memberikan informasi pada ilmu Psikologi Industri dan Organisasi, khususnya tentang kepuasan konsumen.
2. Memberikan informasi kepada peneliti lain yang ingin melakukan penelitian berkaitan dengan kepuasan konsumen.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Memberikan informasi kepada direktur RSGM “X” mengenai gambaran tingkat kepuasan mahasiswa Universitas “X” terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” Bandung sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” yang diharapkan dapat membangun loyalitas konsumen.
2. Memberikan informasi mengenai dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan di RSGM “X” Bandung yang masih perlu ditingkatkan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Ketika mahasiswa mengalami gangguan kesehatan gigi dan mulut, mahasiswa akan berusaha mencari cara untuk menyembuhkan penyakitnya secara cepat, salah satunya yaitu dengan mendatangi jasa layanan kesehatan gigi dan mulut. Poli Gigi dan Mulut merupakan salah satu bentuk pelayanan Rumah Sakit untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan gigi dan mulut. RSGM “X” Bandung membantu mahasiswa yang membutuhkan bantuan medis dengan memberikan pelayanan kesehatan gigi dan mulut bagi mahasiswa yang berobat sehingga mahasiswa akan merasa puas terhadap pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diberikan. Dalam proses berobat yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas “X” di RSGM “X” Bandung, mahasiswa akan memiliki penilaian terhadap kualitas pelayanan kesehatan yang diterima. Penilaian inilah yang pada akhirnya akan membentuk tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”.

Kepuasan konsumen adalah evaluasi konsumen terhadap suatu produk atau jasa, apakah produk atau jasa tersebut sesuai dengan harapan dan kebutuhannya (V. A. Zeithaml, 2006:110). Kepuasan konsumen terbentuk dari dua komponen yaitu *expected service* dan *perceived service*, yang nantinya kedua komponen ini akan dibandingkan sehingga membentuk tingkat kepuasan konsumen. *Expected Service* adalah keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk (Olson dan Dover, dalam Tjiptono, 2004). Harapan (*expected*) ini dilihat melalui 5 dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*.

Dimensi *reliability* pada *expected service*, mengacu pada harapan mahasiswa untuk mendapatkan pelayanan kesehatan gigi dan mulut dengan akurat dan handal sesuai dengan yang

telah dijanjikan oleh pihak RSGM “X”. Hal ini tergambar ketika mahasiswa akan berobat, mahasiswa berharap dokter memberikan diagnosa yang akurat dan mahasiswa bisa sembuh dari penyakitnya. Dimensi *responsiveness* pada *expected service* mengacu pada harapan mahasiswa untuk mendapatkan pelayanan kesehatan gigi dan mulut dengan cepat. Hal ini tergambar ketika mahasiswa mengalami penyakit gigi yang darurat, mahasiswa berharap dokter gigi dan mulut bisa mengambil keputusan secara cepat mengenai tindakan pengobatan yang akan dilakukan sehingga penyakit yang diderita bisa segera disembuhkan.

Dimensi *assurance* pada *expected service* mengacu pada harapan mahasiswa untuk mendapatkan pelayanan secara sopan dan mengharapkan pihak RSGM “X” memiliki pengetahuan yang mendalam dalam bidangnya, serta memberikan informasi yang bermanfaat bagi mahasiswa. Hal ini tergambar ketika mahasiswa berobat, mahasiswa berharap dokter bersedia untuk mendengarkan dan menanggapi keluhan yang disampaikan oleh mahasiswa. Dokter juga bersedia memberikan informasi dan penjelasan kepada mahasiswa mengenai penyakit yang diderita.

Dimensi *empathy* pada *expected service* mengacu pada harapan mahasiswa untuk mendapatkan kepedulian dan perhatian secara individual dari pihak RSGM “X”. Hal ini tergambar ketika mahasiswa berobat, mahasiswa berharap dokter dapat memberikan nasehat kepada mahasiswa sesuai dengan kondisi penyakit yang diderita oleh mahasiswa serta memberikan kiat-kiat untuk mencegah kambuhnya penyakit tersebut. Dimensi *tangibles* pada *expected service* mengacu pada harapan mahasiswa untuk mendapatkan sarana dan fasilitas fisik yang indah, lengkap, bersih dan nyaman serta media komunikasi yang mudah diakses di RSGM “X”. Hal ini tergambar ketika mahasiswa berobat, mahasiswa berharap gedung RSGM “X”

terlihat indah, ruang pemeriksaan dan ruang tunggu bersih, fasilitas yang lengkap seperti adanya papan petunjuk arah dan toilet yang bersih, sehingga mahasiswa akan merasa nyaman.

Tingkat kepuasan mahasiswa Universitas “X” yang berobat ke RSGM “X” Bandung diperoleh dengan cara membandingkan antara harapan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X” (*expected service*) dengan pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diterima mahasiswa dari RSGM “X” (*perceived service*). *Perceived service* adalah pelayanan yang sesungguhnya diterima oleh mahasiswa dari pihak penyedia jasa layanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X” Bandung. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian secara menyeluruh atas keunggulan suatu jasa (Kotler, dalam Tjiptono, 2004). Penilaian terhadap pelayanan yang diterima ini dilihat melalui 5 dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*.

Dimensi *reliability* pada *perceived service* mengacu pada kemampuan pihak RSGM “X” untuk memberikan pelayanan kesehatan gigi dan mulut dengan akurat dan handal sesuai dengan yang telah dijanjikan. Hal ini tergambar ketika mahasiswa sudah mendapatkan pelayanan dan diagnosanya akurat, maka penyakit mahasiswa menjadi sembuh. Dimensi *responsiveness* pada *perceived service* mengacu pada kemauan pihak RSGM “X” untuk membantu mahasiswa Universitas “X” dan menyediakan pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang cepat. Hal ini tergambar ketika mahasiswa mengalami penyakit gigi yang darurat, tenaga medis segera bertindak untuk mengobati mahasiswa. Apabila pihak RSGM “X” mengalami kendala dalam proses pengobatan dan menduga mahasiswa membutuhkan pemeriksaan dan penanganan lebih lanjut, maka dokter akan segera memberikan rujukan kepada mahasiswa untuk ditangani di Rumah Sakit lain yang lebih mumpuni.

Dimensi *assurance* pada *perceived service* berkaitan dengan pengetahuan pihak RSGM “X”, kesopanan dan kemampuan untuk memunculkan rasa percaya serta keyakinan kepada mahasiswa Universitas “X”. Hal ini tergambar ketika mahasiswa berobat, dokter menanggapi keluhan mahasiswa dengan sopan dan memberikan informasi serta penjelasan kepada mahasiswa mengenai penyakit yang diderita. Dimensi *empathy* pada *perceived service* berkaitan dengan kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh pihak RSGM “X” kepada mahasiswa Universitas “X” secara individual. Hal ini tergambar ketika mahasiswa berobat, dokter gigi dan mulut memberikan nasehat kepada mahasiswa untuk lebih rajin membersihkan gigi dan memberitahu hal-hal yang dapat memicu kambuhnya penyakit. Selain itu juga dokter memberikan kiat-kiat untuk menjaga kesehatan gigi mahasiswa.

Dimensi *tangibles* pada *perceived service* mengacu pada gambaran pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang dilihat oleh mahasiswa Universitas “X” untuk mengevaluasi pelayanan kesehatan gigi dan mulut berkaitan dengan tampilan fasilitas fisik, perlengkapan, personil, dan media komunikasi. Hal ini tergambar ketika mahasiswa berobat, mahasiswa merasa gedung RSGM “X” indah, ruang pemeriksaan dan ruang tunggu bersih, fasilitas di RSGM “X” lengkap dan adanya papan petunjuk arah dirasa sangat membantu untuk memperjelas lokasi ruangan. Selain itu juga toiletnya bersih, sehingga mahasiswa akan merasa nyaman saat berobat di RSGM “X”.

Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa Universitas “X” terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X”, mahasiswa akan membandingkan *expected service* dan penilaiannya terhadap *perceived service* melalui dimensi-dimensi kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”. Perbandingan antara *expected service* dan *perceived*

service akan menimbulkan kesenjangan (gap) (V. A. Zeithaml, 2006). Gap terjadi bila mahasiswa Universitas “X” merasa kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diberikan (*perceived service*) oleh pihak RSGM “X” berbeda dengan harapannya (*expected service*) yang kemudian akan memunculkan tingkat kepuasan konsumen.

Jika pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diberikan oleh pihak RSGM “X” kepada mahasiswa Universitas “X” melebihi harapan atau kebutuhan mahasiswa, maka akan muncul *perceived service* yang melebihi *expected service* ($PS > ES$) dan membuat mahasiswa merasa sangat puas. Bila mahasiswa merasa sangat puas, maka mahasiswa akan kembali menggunakan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” dan memungkinkan untuk menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Jika pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diberikan oleh pihak RSGM “X” kepada mahasiswa Universitas “X” sama dengan harapan atau kebutuhan mahasiswa, maka akan muncul *perceived service* yang sama dengan *expected service* ($PS = ES$) dan membuat mahasiswa merasa puas. Bila mahasiswa merasa puas, mahasiswa belum tentu akan kembali menggunakan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”, tetapi bisa saja menjadikannya sebagai alternatif jika ada jasa lain yang memberikan penawaran yang sama namun tidak memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.

Jika pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diberikan oleh pihak RSGM “X” kepada mahasiswa Universitas “X” kurang dari harapan atau kebutuhan mahasiswa, maka akan muncul *perceived service* yang kurang dari *expected service* ($PS < ES$) dan membuat mahasiswa merasa tidak puas. Bila mahasiswa merasa tidak puas, maka bisa saja mahasiswa tidak akan kembali menggunakan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” atau komplain mengenai

keluhannya selama merasakan pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang didapatkan, terkecuali bila mahasiswa mempertimbangkan harga atau lokasi daripada pelayanan yang didapatkan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *expected service* menurut Zeithaml (2006), yaitu *enduring service intensifier*, *personal needs*, *transitory service intensifiers*, *perceived service alternatives*, *self-perceived service role*, *situational factors*, *explicit service promises*, *implicit service promises*, *word of mouth*, *past experience*. *Enduring service intensifier* merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong mahasiswa Universitas “X” untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X”. Hal ini tergambar ketika mahasiswa Universitas “X” yang mendapatkan informasi dari teman yang pernah menggunakan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X” dan teman tersebut merasa mendapatkan pelayanan yang baik, maka mahasiswa juga akan memiliki harapan yang tinggi mengenai pelayanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X” terhadap dirinya karena temannya telah mendapatkan pelayanan yang baik.

Personal needs merupakan faktor yang berkaitan dengan kebutuhan yang dirasakan seseorang mendasar bagi kesejahteraan. Kebutuhan tersebut dapat meliputi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologis. Hal ini tergambar saat mahasiswa sedang sakit gigi (*personal needs* fisik), mahasiswa akan berharap mendapatkan pelayanan yang cepat dan bisa sembuh dari penyakitnya. Meningkatnya sensitivitas *personal needs* mahasiswa terhadap kualitas pelayanan disebabkan karena adanya faktor *enduring service intensifiers* dan *transitory service intensifiers*.

Transitory service intensifiers merupakan faktor individual yang bersifat sementara yang meningkatkan sensitivitas mahasiswa Universitas “X” terhadap jasa pelayanan kesehatan gigi dan

mulut RSGM “X”. Faktor ini meliputi situasi darurat pada saat mahasiswa sangat membutuhkan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut dan pihak RSGM “X” dapat membantunya. Hal ini tergambar saat mahasiswa sedang sakit gigi, mahasiswa akan mengharapkan mendapatkan pertolongan segera dari pusat layanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X”.

Perceived service alternatives merupakan persepsi mahasiswa terhadap tingkat atau derajat pelayanan kesehatan gigi dan mulut di Rumah Sakit lain yang sejenis. Jika mahasiswa memiliki beberapa alternatif, maka harapan mahasiswa terhadap pelayanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X” cenderung akan semakin besar. Hal ini tergambar ketika mahasiswa yang pernah menggunakan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut di Rumah Sakit lain dan merasa kualitas pelayanan yang didapatkan baik, maka hal ini akan dijadikan sebagai standar kualitas pelayanan oleh mahasiswa. Pada saat mahasiswa menggunakan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”, mahasiswa akan meningkatkan harapannya untuk memperoleh kualitas pelayanan yang lebih baik dari pelayanan kesehatan gigi dan mulut di Rumah Sakit lain.

Self-perceived service role merupakan persepsi mahasiswa Universitas “X” tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diterima dari pihak RSGM “X”. Apabila mahasiswa terlibat dalam proses penyampaian jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut dan pelayanan yang terjadi ternyata tidak begitu baik, maka mahasiswa tidak bisa menimpakan kesalahan sepenuhnya kepada pihak RSGM “X”. Hal ini tergambar saat mahasiswa Universitas “X” menggunakan jasa pelayanan kesehatan gigi RSGM “X” untuk menambal gigi, dokter sudah menyarankan untuk tidak memakan makanan yang keras terlebih dahulu, namun mahasiswa tetap memakan makanan yang keras sehingga tambalan tersebut terlepas. Saat hal ini terjadi, mahasiswa tidak dapat melimpahkan

kesalahan sepenuhnya kepada pihak RSGM “X” karena menyadari hal itu terjadi akibat perilakunya sendiri.

Situational Factors terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X”, yang berada di luar kendali pihak RSGM “X”. Hal ini tergambar ketika mahasiswa Universitas “X” berobat ke RSGM “X” pada saat jadwal praktek dokter gigi tertentu yang selalu memiliki banyak pasien, maka hal ini akan menyebabkan mahasiswa menjadi relatif lama saat menunggu. Oleh karena itu, mahasiswa untuk sementara akan menurunkan tingkat pelayanan minimal yang bersedia diterimanya karena mahasiswa menyadari bahwa keadaan itu bukanlah kesalahan pihak RSGM “X”.

Explicit service promises merupakan pernyataan baik secara personal maupun non-personal oleh pihak RSGM tentang jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut kepada mahasiswa Universitas “X”. Janji ini bisa berupa iklan, *personal selling*, perjanjian, atau komunikasi dengan karyawan RSGM “X”. Hal ini tergambar melalui janji pihak RSGM “X” kepada mahasiswa yang dituangkan dalam bentuk visi yaitu “menjadi penyedia layanan kesehatan terunggul yang berwawasan global dan mandiri serta mampu menjadi pusat rujukan pelayanan kesehatan yang handal dan berkompeten dalam memberikan pelayanan yang prima, berkualitas, dan ramah kepada seluruh lapisan masyarakat.” Hal ini akan meningkatkan harapan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diberikan oleh pihak RSGM “X”.

Implicit service promises menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X”, yang memberikan kesimpulan bagi mahasiswa Universitas “X” tentang pelayanan yang bagaimana yang seharusnya diberikan, meliputi biaya dan alat-alat pendukung jasanya. Hal ini tergambar melalui mahasiswa yang membutuhkan pelayanan

pembersihan karang gigi akan membandingkan kualitas alat pembersih gigi yang digunakan oleh dokter dengan jumlah biaya yang harus dibayarkan. Bila mahasiswa membayar dengan biaya yang besar, maka mahasiswa juga memiliki harapan yang lebih tinggi untuk mendapatkan pelayanan yang optimal dengan menggunakan peralatan pembersih gigi yang canggih.

Word of mouth merupakan pernyataan baik secara personal maupun non-personal yang disampaikan oleh orang lain selain oleh pihak RSGM “X” sendiri. Faktor ini biasanya lebih mudah diterima karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dapat dipercayai oleh mahasiswa Universitas “X” seperti pakar, keluarga, teman, dan publikasi media massa. Hal ini tergambar ketika mahasiswa sedang sakit gigi, mahasiswa diberikan rekomendasi oleh teman dekatnya untuk berobat di RSGM “X”. Hal ini akan memengaruhi harapan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diberikan oleh pihak RSGM karena yang memberikan saran adalah teman dekatnya sendiri atau orang yang dipercayakan.

Faktor terakhir yang mempengaruhi *expected service* yaitu pengalaman masa lalu (*past experience*). *Past experience* merupakan pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui mahasiswa Universitas “X” dari yang pernah diterimanya di masa lalu. Harapan mahasiswa ini dari waktu ke waktu berkembang, seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima mahasiswa serta semakin bertambahnya pengalaman mahasiswa. Hal ini tergambar ketika mahasiswa Universitas “X” yang pernah menggunakan jasa pembersihan karang gigi di RSGM “X” dan merasa pelayanan yang didapatkan kurang baik, maka pada pertemuan berikutnya mahasiswa akan meningkatkan harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang diterima pada saat pertemuan pertama.

Expected service akan semakin kuat jika mahasiswa Universitas “X” percaya bahwa pihak RSGM “X” mampu memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mahasiswa. Setiap orang akan memiliki harapan yang berbeda-beda tergantung dari persepsi setiap konsumen terhadap kualitas pelayanan penyedia jasa (V. A. Zeithaml, 2006). Untuk dapat menentukan tingkat kepuasan mahasiswa Universitas “X”, mahasiswa akan melakukan penilaian terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut ketika sudah menerima dan merasakan jasa pelayanan (*perceived service*) kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”.

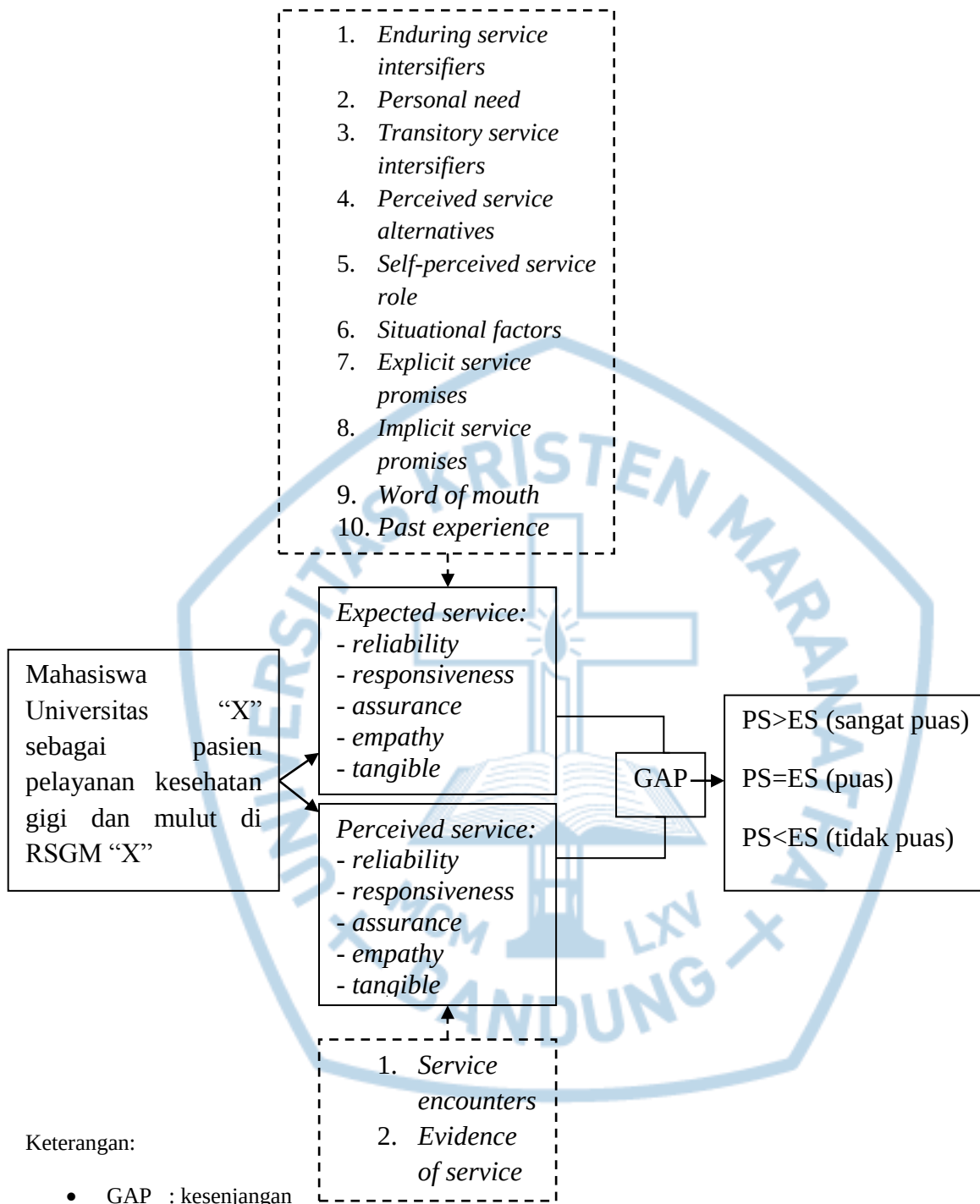
Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *perceived service*, yaitu *service encounters* dan *evidence of service* (V. A. Zeithaml, 2006). *Service encounters* mengacu pada penilaian mahasiswa Universitas “X” terhadap setiap bagian dari pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diterimanya saat berhubungan dengan penyedia jasa, yaitu pihak RSGM “X”. Kepuasan pada setiap bagian dari pelayanan kesehatan gigi dan mulut RSGM “X” ini akan berpengaruh pada kepuasan mahasiswa dan kecenderungannya untuk kembali menggunakan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”. Hal ini tergambar melalui sikap dokter gigi dan mulut, perawat poli gigi dan mulut, staf administrasi, apoteker, interaksi saat proses pemeriksaan, serta fasilitas yang disediakan oleh pihak RSGM “X”. Hal ini akan memberikan gambaran umum mengenai kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”.

Evidence of service berkaitan dengan bukti pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diberikan oleh pihak RSGM “X” yang meliputi orang yang berinteraksi langsung dengan pasien, proses pelayanan, dan bukti fisik. Hal ini tergambar melalui pelayanan yang diberikan oleh dokter gigi dan mulut serta staf RSGM “X”, proses tindakan pengobatan, fasilitas sarana dan ketersediaan obat. Sifat pelayanan yang tidak dapat diamati membuat mahasiswa Universitas “X”

mencari bukti dari pelayanan kesehatan gigi dan mulut melalui setiap interaksi mahasiswa dengan pihak RSGM “X”. Di RSGM “X” *people* adalah orang-orang yang terlibat dalam pelayanan seperti dokter gigi dan mulut, perawat poli gigi dan mulut, staf pendaftaran, staf administrasi serta apoteker. *Process* adalah cara kerja, aktivitas, proses pemeriksaan, proses pendaftaran dan proses pembayaran, serta penggunaan teknologi dan standar di RSGM “X”. *Physical* adalah alat komunikasi dan fasilitas fisik yang disediakan oleh pihak RSGM “X” seperti ruang tunggu, toilet, dan ruang pemeriksaan.

Expected service dan *perceived service* yang dimiliki mahasiswa Universitas “X” memiliki beberapa dimensi yang menentukan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut. Apabila pihak RSGM “X” dapat memberikan pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang berkualitas berdasarkan dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* kepada mahasiswa Universitas “X”, maka mahasiswa akan merasa puas dan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk kembali menggunakan jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X”.

Untuk mengetahui lebih jelasnya, dapat dilihat pada bagan kerangka pemikiran:



Bagan 1.1. Kerangka Pemikiran

1.6. Asumsi Penelitian

1. Mahasiswa Universitas “X” mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” Bandung.
2. Kualitas pelayanan dinilai oleh mahasiswa Universitas “X” dengan cara membandingkan harapan (*expected service*) terhadap pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” dan pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang didapatkan (*perceived service*) dari RSGM “X” Bandung.
3. Mahasiswa Universitas “X” merasa sangat puas apabila kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” Bandung melebihi harapan mahasiswa (*perceived service > expected service*).
4. Mahasiswa Universitas “X” merasa puas apabila kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” Bandung sesuai dengan harapan mahasiswa (*perceived service = expected service*).
5. Mahasiswa Universitas “X” merasa tidak puas apabila kualitas pelayanan kesehatan gigi dan mulut di RSGM “X” Bandung kurang dari harapan mahasiswa (*perceived service < expected service*).
6. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah *enduring service intensifier, personal needs, transitory service intensifiers, perceived service alternatives, self-perceived service role, situational factors, explicit service promises, implicit service promises, word of mouth, past experience, service encounters* dan *evidence of service*.