

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kesehatan di Indonesia menjadi salah satu hal yang semakin diperhatikan oleh setiap orang dan juga pemerintah. Departemen kesehatan sendiri telah membuat rencana ke depan dengan program “Indonesia Sehat” yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar terwujud derajat kesehatan masyarakat yang optimal melalui terciptanya masyarakat, bangsa dan Negara Indonesia yang ditandai oleh penduduknya yang hidup dalam lingkungan dan dengan perilaku hidup sehat serta memiliki kemampuan untuk menjangkau pelayanan dan fasilitas kesehatan yang bermutu secara adil dan merata diseluruh wilayah Republik Indonesia (RI) dan dapat mewujudkan bangsa yang mandiri maju dan sejahtera (Depkes RI, 2015).

Salah satu misi pembangunan kesehatan 2015 yaitu memelihara dan meningkatkan pelayanan kesehatan yang bermutu, merata, dan terjangkau (Depkes RI, 2015). Hal ini tentunya memberi dampak semakin banyaknya bermunculan instansi pelayanan kesehatan, baik yang dibangun oleh pemerintah maupun pihak swasta atau perorangan, seperti rumah sakit, klinik, dan juga puskesmas. Dengan ini, diharapkan masyarakat juga bisa mendapatkan pelayanan kesehatan yang memadai dan berkualitas, untuk dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap pelayanan kesehatan yang berkualitas.

Menteri Kesehatan RI, Prof. Dr. dr. Nila F. Moeleok, Sp.M(K) mengatakan bahwa jumlah seluruh rumah sakit di Indonesia sampai Oktober 2014 sebanyak 2.368 (dalam depkes.go.id, 2015). Secara umum, setiap tahun terdapat laju pertumbuhan jumlah rumah sakit, sebanyak rata-rata 147 rumah sakit per tahun (dalam depkes.go.id, 2015). Dengan semakin banyaknya Rumah Sakit, baik umum (yang dikelola oleh pemerintah) maupun

swasta (yang dikelola oleh perusahaan), maka akan semakin besar juga tingkat kompetisi yang dihadapi oleh pihak rumah sakit untuk dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan. Setiap rumah sakit kini tidak hanya harus berusaha dalam memenuhi standar yang berlaku dari pemerintah, namun harus berkompetisi dengan rumah sakit lain dalam memberikan pelayanan yang prima bagi masyarakat.

Persaingan yang ketat ini membawa dampak dimana setiap instansi pelayanan kesehatan yang ada dituntut untuk membuat inovasi dan strategi tidak hanya untuk mendapatkan pasien semata, tetapi juga harus memberikan kepuasan kepada pasien sebagai konsumennya. Pasien yang puas menjadi aset penting bagi kelangsungan tiap instansi pelayanan kesehatan yang ada saat ini. Apabila pasien puas maka mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih cepat kepada orang lain tentang pengalamannya. Untuk menciptakan kepuasan pasien maka tiap instansi pelayanan kesehatan tersebut harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pasien yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pasiennya. Kotler (2000) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan (*perceived service*) dibandingkan dengan harapannya (*expected service*). Jika pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit sesuai dengan harapan pasien, maka pasien akan merasa puas. Sebaliknya, jika pelayanan yang didapat tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pasien, maka pasien akan merasa tidak puas.

Sebagai sebuah kota besar, kota Bandung sendiri tercatat telah memiliki 333 instansi pelayanan kesehatan yang terdiri dari 31 rumah sakit, 21 rumah bersalin, 73 puskesmas, dan 208 klinik sejak tahun 2012 (dalam dinkes.bandung.go.id, 2012). Jumlah ini tentu tidak mengherankan, karena penduduk Bandung yang jumlahnya kini mencapai 2.5 juta jiwa, tentu membutuhkan instansi kesehatan dengan jumlah dan kualitas yang baik.

Salah satu instansi kesehatan swasta yang dikelola secara profesional, adalah Klinik “X” yang berada di Jalan Sudirman di Kota Bandung. Klinik “X” sudah berdiri sejak 16 September 1982 di bawah naungan Yayasan “Y”, yang merupakan bagian dari pelayanan sosial Gereja GII Hok Im Tong di bagian kesehatan. Pada mulanya Klinik “X” didirikan dengan tujuan untuk mempermudah anggota GII Hok Im Tong, baik itu hamba Tuhan, diaken, penatua, dan juga para jemaat, dalam mendapatkan pelayanan-pelayanan khususnya di bagian kesehatan. Seiring berjalannya waktu, Klinik “X” berkembang dan memberikan pelayanan ke semua lapisan masyarakat. Klinik “X” merupakan pelayanan kesehatan berupa klinik utama, yang memberikan pelayanan untuk rawat jalan tanpa rawat inap. Klinik “X” memiliki 12 poliklinik, salah satu diantaranya adalah klinik gigi, yang merupakan poliklinik dengan aktivitas yang paling banyak setiap hari.

Klinik Gigi “X” memiliki sembilan ruangan praktek dokter dengan jumlah 28 orang dokter dan 13 perawat yang siap melayani dengan jadwal tertentu. Setiap pasien yang datang dilayani oleh dokter yang profesional di bidangnya. Klinik Gigi “X” memiliki dokter gigi umum, dokter spesialis bedah mulut, dokter spesialis *ortodonti*, dokter spesialis *pedodontic* (perawatan gigi anak), dokter spesialis *prosthodontic* (prostesa gigi / gigi palsu), dan juga dokter spesialis *endodontic* (perawatan saluran akar). Selain itu Klinik “X” juga memiliki klinik *rontgen* sehingga memudahkan pasien dari klinik gigi untuk melakukan *rontgen* dengan segera apabila diperlukan. Hal ini menjadi salah satu keunggulan yang ditawarkan Klinik Gigi “X” dimana pasien mendapatkan kemudahan untuk melakukan pengobatan sekaligus di satu tempat tanpa harus keluar dari Klinik Gigi “X”.

Jadwal dokter praktek di Klinik Gigi “X” dibagi ke dalam tiga *shift*. *Shift* pagi dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 13.00 WIB, *shift* siang dari pukul 13.00 WIB sampai 16.30 WIB, dan *shift* malam dari pukul 17.00 WIB sampai 20.00 WIB. Jadwal praktek yang tersedia dari pagi hingga malam hari ini juga menjadi keunggulan Klinik Gigi “X”. Pasien

yang mau datang berobat dapat memilih waktu yang tersedia sesuai dengan kondisi atau kesibukan pasien tersebut. Pasien yang biasanya bekerja di pagi hari bisa datang berobat di malam hari atau pasien ibu rumah tangga yang harus mengurus keperluan keluarganya di pagi hari bisa memilih berobat di siang hari.

Klinik Gigi “X” berupaya secara maksimal untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada setiap pasien yang datang berobat agar pasien tersebut merasa puas dan tetap mau menggunakan Klinik Gigi “X” kembali jika mengalami sakit atau bahkan merekomendasikannya kepada keluarga dan teman-teman mereka. Namun, menurut wawancara yang dilakukan kepada bagian personalia Klinik “X” mengatakan bahwa terdapat penurunan jumlah pasien gigi yang cukup jauh dari tahun 2012 ke tahun 2013, yaitu sebanyak 10%. Beliau juga mengatakan bahwa dengan visi dan misi serta latar belakang Klinik Gigi “X” sebagai pelayanan sosial yang berdasarkan kasih Kristus, tentu seharusnya Klinik Gigi “X” memberikan pelayanan yang lebih jika dibandingkan dengan pelayanan kesehatan lainnya. Namun menurut beliau pada kenyataannya pelayanan yang diberikan dirasa belum sampai maksimal yang mencerminkan kasih tersebut. Hal ini terlihat dari adanya keluhan dari para pelanggan yang masuk mengenai pelayanan yang diberikan perawat dan pegawai administrasi lainnya dirasa kurang ramah dan tidak melayani dengan tulus, pendaftaran yang kurang cekatan sehingga pasien harus mengantri lama, dokter yang tidak tepat waktu dalam memulai praktek yang berakibat membuat pasien menunggu cukup lama untuk mendapat pengobatan, cara berbicara dengan pasien yang dirasa kaku, ketidaknyamanan ruang tunggu, atau juga toilet yang kurang bersih dan sering basah. Selain itu, ada juga pasien yang membandingkan pelayanan di Klinik Gigi “X” dengan klinik gigi lainnya, terutama dengan klinik gigi di instansi Kristen lain, tetapi dirasa jauh lebih baik dan lebih ramah.

Dalam praktek di lapangan, masih ada dokter yang datang tidak tepat waktu bahkan terkadang sampai satu jam dari jadwal yang sudah ada. Dari hasil survei yang peneliti lakukan terhadap 10 orang pasien yang sedang berobat di Klinik Gigi “X”, sebanyak tiga orang (30%) pasien mengeluhkan keadaan tersebut. Hal ini tentu membuat jadwal praktek menjadi tidak sesuai dengan jadwal yang dijanjikan dan dampaknya akan semakin terasa bagi pasien yang memiliki nomor antrian terakhir karena pasien harus menunggu lebih lama. Sedangkan tujuh orang (70%) pasien lainnya tidak terlalu memperlumalahkan hal tersebut.

Menyadari hal tersebut, Klinik Gigi “X” berupaya mengantisipasi berkembangnya keluhan-keluhan pasien dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, baik dari segi fasilitas yang diberikan maupun kualitas sumber daya manusianya. Hal ini dilakukan untuk menumbuhkan citra positif kepada masyarakat dan menarik kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa pelayanan Klinik Gigi “X” ini.

Salah satu upaya yang sudah dilakukan Klinik Gigi “X” untuk meningkatkan kualitas pelayanannya adalah dengan memberikan pelatihan mengenai *Customer Service* dan *Service Excellent* di bulan Agustus 2013. Diharapkan setelah mendapatkan *training* tersebut tentunya karyawan dan dokter dapat meningkatkan pelayanannya terhadap setiap pasien. Namun menurut bagian personalia, *training* yang sudah diadakan tersebut terasa belum efektif karena hanya diingat dan dilakukan oleh tiap karyawan di beberapa hari setelah *training* selesai saja, lalu kemudian terkesan melupakannya.

Klinik Gigi “X” juga berupaya meningkatkan kepuasan pasien khususnya mengenai waktu mengantri di pendaftaran. Semulanya pendaftaran untuk semua klinik digabung sehingga menyebabkan antrian cukup panjang dan pasien harus menunggu lama untuk dilayani. Di awal tahun 2014 Klinik Gigi “X” mulai menyediakan bagian administrasi pendaftaran dan kasir sendiri, terpisah dari klinik umum lainnya. Selain itu, pasien klinik gigi diberi kemudahan dengan diperbolehkannya melakukan pendaftaran melalui telepon. Namun

pendaftaran melalui telepon hanya akan diberikan untuk tiga nomor urut terakhir. Hal ini dimaksudkan agar pasien yang sudah datang mendaftar terlebih dahulu dan sudah ada di tempat tidak menunggu terlalu lama.

Selain itu, Klinik Gigi “X” juga hadir dengan keunggulan lainnya yang sudah bukan menjadi rahasia umum lagi, yaitu harga berobat yang tergolong murah dibanding klinik gigi pada umumnya. Hal ini menjadi salah satu faktor yang membuat Klinik Gigi “X” menjadi terkenal dan diminati oleh sebagian masyarakat di kota Bandung yang menjadi pasien tetap Klinik Gigi “X”. Berdasarkan hasil survei, hampir semua pasien yaitu sebanyak sembilan orang (90%) yang mengatakan alasan memilih berobat di Klinik Gigi “X” karena harganya yang murah. Bahkan empat orang diantaranya mengatakan memilih berobat di Klinik Gigi “X” walaupun cukup jauh dari lokasi tempat tinggal mereka, dikarenakan harganya yang murah tersebut. Hal ini menjadi salah satu faktor yang membuat Klinik Gigi “X” memiliki banyak pasien yang berkunjung, sehingga membuat pasien harus menunggu cukup lama untuk mendapatkan pelayanan dari dokter. Tak jarang ada pasien yang berusaha datang jauh lebih pagi agar mendapat nomor antrian ke dokter yang diinginkannya dan tidak menunggu terlalu lama. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan di Klinik Gigi “X”, rata-rata pasien dapat menunggu selama satu hingga dua jam, bahkan ada dua orang pasien yang harus menunggu hingga empat jam sampai akhirnya dipanggil masuk ke ruang praktek dokter. Hal ini juga cukup banyak menjadi keluhan pasien yang datang berobat ke Klinik Gigi “X”. Dari hasil survei, sebanyak empat orang (40%) mengeluh karena harus menunggu giliran dipanggil ke dokter cukup lama. Empat orang (40%) lainnya juga merasa bosan menunggu namun cukup memaklumi keadaan tersebut, sedangkan dua orang (20%) sisanya mengatakan pelayanan yang diberikan cukup cepat dan mereka tidak menunggu terlalu lama.

Pada saat melakukan survei awal, peneliti menemukan satu orang pasien (10%) yang mengeluh mengenai sakit giginya yang semakin memburuk dan membuat pipinya terlihat

bengkak setelah seminggu sebelumnya melakukan perawatan di Klinik Gigi “X”. Pasien tersebut merasa ada yang salah dengan perawatan yang dilakukan oleh dokter sebelumnya sehingga mengharuskan pasien untuk datang kembali ke Klinik Gigi “X”. Namun walaupun begitu pasien tersebut merasa harus tetap mencoba dulu berobat kembali di Klinik Gigi “X” dan jika memang tidak ada perubahan dan semakin bertambah parah barulah kemungkinan pasien tersebut memilih mengganti dokter atau bahkan beralih ke klinik gigi lainnya. Ada satu orang (10%) yang mengatakan bahwa hanya akan melakukan perawatan kecil seperti cabut gigi atau tambal gigi di Klinik Gigi “X” sedangkan untuk perawatan yang lebih besar seperti operasi bedah mulut atau pun pemasangan kawat gigi anak dan cucunya, pasien tersebut lebih memilih ke klinik gigi lain. Tetapi hal tersebut tidak berlaku bagi pasien yang lainnya. Menurut pasien yang lainnya (80%), pengetahuan dan kemampuan dokter di Klinik Gigi “X” dalam memberikan pelayanan dirasa sudah cukup baik sehingga pasien merasa aman dan percaya untuk melakukan pengobatan kembali di Klinik Gigi “X”.

Berdasarkan pelayanan yang diberikan oleh perawat dan petugas klinik gigi lainnya, sebanyak enam orang (60%) merasa perawat dan petugas kasir kurang memberi senyuman kepada pasien. Dua orang diantaranya juga mengatakan perawat kurang memperhatikan keadaan pasien selama melakukan pemeriksaan, seperti perawat lupa memberi celemek kepada pasien saat pemeriksaan sehingga baju pasien tersebut cukup basah karena terkena semprotan air. Sedangkan empat orang pasien lainnya (40%) merasa perawat sudah menunjukkan kepedulian dan keramahan dalam memberikan pelayanan.

Hal ini sesuai dengan hasil survei yang peneliti lakukan kepada 10 orang pasien yang sedang berobat di Klinik Gigi “X”, dimana lima orang diantaranya (50%) mengatakan memilih berobat di Klinik Gigi “X” karena merasa pelayanan yang diberikan sebelumnya cukup memuaskan dan pasien merasa dokter dapat menangani masalah pasien dengan baik sehingga pasien merasa cepat sembuh. Dua orang (20%) mengatakan berobat ke Klinik Gigi

“X” karena mendapat rekomendasi dari saudara maupun rekan mereka, sedangkan tiga orang (30%) lainnya memilih berobat kembali karena harganya yang murah dibandingkan klinik gigi lainnya.

Dari hasil survei, rata-rata pasien tidak terlalu memperhatikan atau mempermasalahkan mengenai kelengkapan peralatan di ruang praktek dokter gigi di Klinik Gigi “X”, karena para pasien merasa sebagai orang awam yang kurang memahami hal tersebut. Namun pasien cukup perhatian terhadap kenyamanan ruang tunggu. Di awal tahun 2014, Klinik Gigi “X” berupaya meningkatkan fasilitas ruangan untuk kenyamanan pasien dengan bekerjasama dengan *Pepsodent* dalam memberikan fasilitas berupa cat yang diperbaharui dan dinding yang diberi *wallpaper* serta disediakan papan nama dokter yang sedang melayani di setiap pintu ruang prakteknya. Hal ini terlihat cukup mampu meningkatkan kepuasan pasien karena pasien merasa nyaman dengan ruang tunggu yang terlihat lebih rapi dan bersih. Sebagian besar pasien yaitu sebanyak tujuh orang (70%) mengatakan bahwa Klinik Gigi “X” secara keseluruhan sudah cukup bersih dan terasa lebih nyaman dengan cat dinding serta *wallpaper* yang baru. Hal ini juga menjadi salah satu alasan yang membuat pasien merasa lebih nyaman berobat di Klinik Gigi “X” dibandingkan jika berobat ke klinik gigi lain bahkan di rumah sakit besar yang dirasa kurang bersih dan kurang nyaman karena jumlah pasien yang lebih banyak. Namun sebanyak tiga dari 10 orang pasien (30%) mengatakan toilet di Klinik Gigi “X” kurang bersih dan bau.

Sementara itu, ada lima orang (50%) yang merasa kurang nyaman dengan ruang tunggu yang terasa panas, karena pada saat itu satu-satunya AC yang berada di ruang tunggu tidak dinyalakan. Selain itu beberapa bangku di barisan belakang juga miring sehingga harus berhati-hati. Lima orang (50%) lainnya mengatakan bahwa Klinik Gigi “X” sudah cukup bersih dan nyaman. Hal ini menggambarkan, para pasien memandang kenyamanan yang ada di lingkungan Klinik Gigi “X” dengan cara yang beragam.

Dalam pelayanan jasa klinik gigi, kepuasan konsumen adalah bagaimana nilai dan anggapan pasien sebagai konsumen terhadap perawatan yang diberikan oleh pihak pelayan kesehatan. Pasien dapat mengevaluasi kualitas suatu klinik gigi berdasarkan kemampuan paramedis dan petugas klinik gigi memberikan pelayanan yang segera, tepat, dan akurat. Selain itu pasien juga dapat menilai berdasarkan kesiapan klinik gigi baik itu dokter, perawat, apoteker (yang dalam penelitian ini akan disebut sebagai petugas medis) maupun petugas pendaftaran dan kasir (yang akan disebut karyawan administrasi lainnya) dalam memberikan pelayanan dan bantuan kepada pasien dengan tanggap. Pasien juga dapat menilai berdasarkan pengetahuan dan keterampilan paramedis dan petugas lainnya ketika memberikan pelayanan serta etika kesopanan, keramahan, dan kepedulian mereka kepada pasien. Tidak hanya berdasarkan proses penyampaian jasa yang diberikan saja, pasien juga dapat menilai kepuasan maupun ketidakpuasannya terhadap pelayanan klinik gigi berdasarkan fasilitas fisik yang diberikan seperti peralatan yang digunakan, obat-obat yang diberikan, kebersihan dan kenyamanan ruangan, serta ketersediaan toilet maupun lahan parkir yang disediakan.

Menyadari pentingnya kepuasan pasien sebagai faktor yang dapat mempengaruhi eksistensinya, Klinik Gigi "X" mulai menyediakan *hotline* sms untuk menampung setiap kritik dan saran dari pasien yang sudah berkunjung. Saat ini, *hotline* sms tersebut menjadi satu-satunya alat yang digunakan Klinik Gigi "X" untuk mengukur kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan yang mereka dapatkan. Nomor *hotline* sms yang dapat dihubungi ditempel di dinding sebelah administrasi untuk memudahkan setiap pasien melihatnya. Setiap sms yang masuk, khususnya yang dirasa cukup *urgent* dan fatal akan segera di *follow up* oleh pihak manajemen. Apabila berhubungan dengan kualitas pelayanan karyawan maka karyawan yang bersangkutan segera dipanggil untuk diberitahu mengenai laporan yang masuk dan mendiskusikannya dengan tujuan menghasilkan perubahan ke arah yang lebih baik.

Akan tetapi pihak Klinik Gigi “X” menyadari bahwa biasanya hanya pasien-pasien yang mengalami pelayanan kurang memuaskan dan cukup fatal yang biasanya baru mau mengirimkan sms berisi keluhan dan saran mereka. Sehingga, belum tentu yang tidak komplain berarti sudah merasa puas.

Adanya berbagai variasi pada para pasien dalam menghayati dan merasakan pelayanan yang mereka harapkan dan yang mereka rasakan, menggambarkan adanya perbedaan dalam kepuasan pelayanan yang dihayati oleh para pasien. Oleh karena itu, perlu diadakan pengukuran kepuasan konsumen yang objektif untuk dapat menentukan apakah pelayanan yang diberikan Klinik Gigi “X” sudah memuaskan atau belum. Hal ini berguna untuk dapat melihat apakah pelayanan di Klinik Gigi “X” sudah memuaskan setiap pasien yang datang atau masih ada yang perlu diperbaiki. Hal tersebutlah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam mengenai bagaimana kepuasan pasien sebagai konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan di Klinik “X”, khususnya bagian klinik gigi.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari penelitian ini ingin diketahui bagaimana gambaran mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Klinik Gigi “X” di kota Bandung.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan gambaran mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Klinik Gigi “X” di kota Bandung.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Klinik Gigi “X” dilihat dari lima dimensinya, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoretis

- 1) Memberikan informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen di bidang ilmu Psikologi, khususnya Psikologi Industri dan Organisasi.
- 2) Memberikan sumbangan informasi kepada peneliti lain yang berminat untuk meneliti mengenai kepuasan konsumen dan mendorong dikembangkannya penelitian-penelitian lain yang berhubungan dengan topik tersebut.

1.4.2. Kegunaan Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi manajemen Klinik Gigi “X” untuk evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada pasien.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi petugas medis dan karyawan Klinik Gigi “X” dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada para pasien sehingga dapat diketahui dimensi kualitas pelayanan mana yang perlu ditingkatkan dan yang harus dipertahankan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Para pasien yang mengunjungi poliklinik gigi di Klinik “X”, sebagian besar merupakan pasien dengan usia dewasa dengan gangguan dan ketidaknyamanan di bagian gigi, mulut, dan gangguan lain yang dirasa sudah mengganggu kehidupan sehari-harinya,

yang membuat mereka berkunjung di Klinik “X”. Hal ini berarti, para pasien yang ada mengharapkan adanya pelayanan dan bantuan yang sigap dan cepat dari pihak pelayan kesehatan dan dokter dalam menanggapi dan menyelesaikan keluhan yang dimiliki. Dalam teori Kohlberg, penilaian moral dalam masa dewasa seringkali menjadi lebih kompleks. Pengalaman mengarahkan orang dewasa untuk mengevaluasi kembali kriteria mereka terhadap pilihannya.

Keputusan untuk dapat mempercayakan pelayanan kesehatan giginya di Klinik Gigi “X”, juga memiliki beberapa pertimbangan, salah satunya adalah kepuasan yang mereka rasakan dari pengalaman mereka di Klinik Gigi “X”. Tidak hanya berdasarkan kebutuhan mendasar akan kesehatan, tentunya banyak hal yang mempengaruhi pasien dewasa dalam memilih klinik gigi. Salah satunya adalah berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh klinik gigi sebagai penyedia jasa. Menurut Zeithaml (2006), ada lima dimensi karakteristik jasa yang digunakan oleh para pengguna jasa dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

Dimensi *reliability* yaitu kemampuan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan, yang bisa diandalkan dan akurat. Hal ini berarti Klinik Gigi “X” dapat memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, seperti dokter datang tepat waktu sesuai jadwal praktek yang ada. Selain itu dokter dapat menemukan masalah dari penyakit pasien secara akurat. Semakin baik persepsi pasien terhadap keandalan dokter dan petugas klinik gigi lainnya maka kepuasan pasien juga akan semakin meningkat. Sebaliknya jika janji tidak terpenuhi maka kemungkinan pasien akan memberi komplain dan bahkan tidak akan kembali menggunakan jasa Klinik Gigi “X”. Pada dimensi ini, peran dokter untuk datang tepat waktu dan melakukan pengobatan secara akurat menjadi hal penting dan berpengaruh bagi kepuasan pasien.

Dimensi *responsiveness* mengacu pada keinginan atau kesiapan penyedia jasa atau karyawan dalam memberikan pelayanan dan bantuan kepada konsumen dengan cepat, tanggap, dan cekatan. Dimensi ini menekankan perhatian dan kecepatan dalam menangani pertanyaan, keluhan, dan masalah setiap pasien yang datang dengan penyampaian informasi yang jelas. Hal ini dapat dilihat dari keinginan petugas medis dan karyawan Klinik Gigi “X” dalam membantu dan melayani pasien, memberikan pelayanan yang cekatan, serta adanya kejelasan informasi misalnya harus menunggu berapa lama ketika antrian ke dokter sedang panjang. Jika paramedis dan petugas klinik gigi kurang tanggap terhadap kebutuhan pasien, maka akan membuat pasien merasa tidak dilayani dan akan menimbulkan kekecewaan.

Selanjutnya dimensi *assurance* yaitu pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan karyawan untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan keyakinan konsumen. Hal ini dapat diketahui dari kemampuan dokter memahami keluhan pasien, petugas apoteker yang mampu menjelaskan manfaat dan cara pakai obat yang diberikan kepada pasien, serta cara dokter dan petugas klinik gigi lainnya dalam melayani setiap pasien dengan sopan dan ramah. Semakin pasien mengetahui kompetensi dan pengetahuan yang dimiliki dokter dan petugas klinik gigi lainnya, maka pasien akan merasa aman berobat di Klinik Gigi “X”. Namun jika masalah yang dialami pasien tidak dapat ditangani dengan baik oleh dokter maupun petugas klinik lainnya, maka pasien akan ragu terhadap kompetensi dokter dan petugas Klinik Gigi “X” dan bahkan cenderung memilih alternatif berobat di klinik gigi lain.

Dimensi *empathy* mengacu pada kepedulian dan atensi karyawan secara individual terhadap kebutuhan konsumen. Hal ini penting dilakukan mengingat setiap pasien adalah individu yang unik dan khusus. Bentuk pelayanan pada dimensi ini seperti apabila terdapat pasien yang kesulitan untuk menentukan ke dokter mana yang ingin dia datangi, diharapkan petugas administrasi dapat membantu pasien tersebut. Dokter dan perawat yang bertugas juga diharapkan mampu mengingat nama pasien yang sedang dilayani ketika pasien tersebut mulai

masuk ke ruang praktek dan mendapatkan pelayanan. Bila hal ini terjadi, maka pasien akan merasa diperhatikan dan kebutuhannya terpenuhi. Sebaliknya jika dokter, perawat, dan petugas klinik gigi lainnya tidak menunjukkan kepeduliannya saat melayani pasien, maka pasien akan merasa kecewa dan memungkinkan untuk tidak berobat ke Klinik Gigi “X” lagi.

Terakhir, dimensi *tangibles* yaitu tampilan dan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan penyedia jasa. Hal ini dapat dilihat dari kenyamanan dan kebersihan klinik gigi, fasilitas fisik yang disediakan, maupun penampilan dari paramedis dan petugas Klinik Gigi “X”. Semakin baik persepsi konsumen terhadap wujud fisik yang diberikan Klinik Gigi “X”, maka kepuasan pasien juga akan meningkat. Sebaliknya, jika persepsi pasien terhadap wujud fisik Klinik Gigi “X” buruk maka kepuasan pasien akan semakin rendah.

Jika seorang pasien mendatangi suatu klinik gigi, tentunya pasien tersebut mengharapkan pelayanan yang segera untuk kesembuhannya. Jika harapan ini tidak terpenuhi, seperti mendapati dokter yang tidak ada ditempat atau datang terlambat saat jam praktek atau tidak segera dilayani oleh pegawai administrasi ketika akan mendaftar, maka akan menyebabkan kekecewaan. Setiap pasien memiliki harapan yang bermacam-macam. Harapan setiap pasien Klinik Gigi “X” memiliki peranan penting dalam memberikan evaluasi terhadap pelayanan yang diberikan oleh Klinik Gigi “X”. Untuk itu pihak Klinik Gigi “X” perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi harapan para pasien. Terdapat sebelas faktor yang mempengaruhi harapan seorang pasien terhadap pelayanan yang akan diterimanya atau *expected service*, yaitu *personal needs*, *lasting service intensifier*, *temporary service intensifiers*, *perceived service alternatives*, *self-perceived service roles*, *situational factors*, *predicted service*, *explicit service promises*, *implicit service promises*, *word of mouth*, dan *past experience*. (Zeithaml, 2006)

Expected service mulai terbentuk saat pasien menyadari *personal needs*-nya, yaitu kebutuhan yang dirasakan seseorang yang akan menentukan harapannya, meliputi kebutuhan fisik, sosial, psikologis, dan fungsional. Misalnya pasien memilih berobat di Klinik Gigi “X” karena memiliki kebutuhan akan segera ditangani dan merasa cepat sembuh bila berobat di klinik gigi tersebut.

Lasting service intensifier, yaitu faktor yang bersifat stabil dan mendorong konsumen untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Dalam *lasting service intensifier* ini terdapat dua faktor penting yaitu *derived service expectations* dan *personal service philosophy*. *Derived service expectations* terjadi ketika harapan pasien didorong oleh orang lain atau kelompok. Seperti pasien yang mendapatkan fasilitas kesehatan dari perusahaan untuk berobat di Klinik Gigi “X”. *Personal service philosophy* merupakan *generic attitude* yang melandasi makna dari pelayanan dan perilaku yang tepat dari penyedia layanan. Seperti pasien yang berprofesi sebagai pendeta akan memaknakan bahwa pelayanan yang diberikan Klinik Gigi “X” akan ramah dan menunjukkan cinta kasih Kristus kepada pasiennya.

Temporary service intensifiers, yaitu faktor individual yang bersifat sementara (jangka pendek) yang dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan kebutuhan terhadap pelayanan. Faktor ini berkaitan dengan situasi darurat, misalnya saat pasien berada dalam situasi darurat dan sangat membutuhkan pelayanan, maka pasien tersebut berharap Klinik Gigi “X” dapat dengan segera membantunya mendapatkan kesembuhan.

Perceived service alternatives yaitu adanya alternatif penyedia jasa lain yang dapat memberikan pelayanan dengan penawaran yang sama kepada konsumen. Pasien akan membandingkan pelayanan di Klinik Gigi “X” dengan pelayanan dari klinik gigi lainnya. Pasien melakukan hal itu karena memiliki beberapa alternatif klinik gigi lain, sehingga harapannya semakin tinggi terhadap klinik gigi tersebut.

Self perceived service roles merupakan persepsi konsumen tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya. Dengan kata lain, harapan konsumen sebagian dibentuk oleh seberapa baik mereka percaya bahwa mereka melakukan peran mereka sendiri dalam penyediaan layanan. Misalnya pasien yang diminta mengkonsumsi obat tertentu selama seminggu untuk menghilangkan rasa sakit sebelum dilakukan pencabutan gigi tetapi tidak menuruti saran dokter untuk meminum obat yang sudah diberikan, sehingga ketika pasien tersebut datang kembali, gigi yang bermasalah masih belum bisa dicabut.

Situational factors yaitu faktor situasional yang terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang berada di luar kendali pihak penyedia jasa. Misalnya pada waktu tertentu Klinik Gigi “X” dipenuhi banyak pasiennya sehingga menyebabkan pasien harus menunggu lebih lama dibandingkan biasanya. Dalam menanggapi situasi ini, tergantung pasien apakah bisa memaklumiya atau tidak.

Predicted service mengacu pada perkiraan atau prediksi konsumen atas jasa yang akan diberikan oleh penyedia jasa. Jika pelanggan memprediksi pelayanan yang baik, maka tingkat toleransi pelayanan yang akan mereka terima lebih tinggi daripada jika mereka memprediksi layanan yang buruk. Misalnya ketika melihat gedung yang terlihat kecil dari luar, pasien memprediksi bahwa pelayanannya akan biasa-biasa saja sehingga membuat harapan pasien terhadap pelayanan yang akan diberikan klinik gigi tersebut tidak terlalu tinggi.

Explicit service promises yaitu pernyataan baik secara personal atau non personal tentang jasa yang diberikan oleh pihak penyedia jasa kepada konsumen. Janji ini bisa berupa iklan, brosur, atau publikasi lainnya yang tertulis. Misalnya ketepatan jadwal praktek dokter sesuai dengan selebaran yang ada. Jika pasien yang datang tidak mendapatkan pelayanan dari dokter sesuai jadwal praktek yang ada, maka pasien cenderung akan merasa kecewa.

Implicit service promises menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan bagi pasien tentang jasa yang bagaimana yang seharusnya dan yang akan diberikan penyedia jasa. Petunjuk yang memberikan gambaran jasa ini meliputi biaya yang dikeluarkan pasien untuk memperoleh jasa (harga) dan peralatan pendukung jasanya. Pasien biasanya akan menghubungkan harga dan peralatan (*tangible assets*) dengan kualitas jasa. Misalnya dengan harga yang murah dari perawatan atau pun obat yang diberikan Klinik Gigi “X” membuat pasien memiliki harapan yang tidak terlalu tinggi terhadap klinik tersebut.

Word of mouth (rekomendasi/saran dari orang lain) merupakan pernyataan (secara personal atau non personal) yang disampaikan oleh orang lain selain pihak penyedia jasa kepada konsumen. Misalnya pasien mendapat informasi dari orang terdekat (keluarga atau teman) yang mengatakan bahwa pelayanan di Klinik Gigi “X” bagus, dokternya banyak, dan harganya murah. Hal ini tentunya akan menjadi bahan pertimbangan pasien untuk berobat di Klinik Gigi “X”. Informasi ini juga akan mempengaruhi harapan pasien akan pelayanan Klinik Gigi “X”. Jika pelayanan yang didapat sesuai dengan informasi yang didapat, maka pasien akan merasa puas. Sebaliknya, jika pelayanan yang didapat tidak sesuai dengan informasi yang didapat maka pasien cenderung akan merasa kecewa.

Past experience yaitu pengalaman masa lalu meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui konsumen dari yang pernah diterimanya di masa lalu. Harapan konsumen semakin berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman konsumen menggunakan jasa dan informasi yang diterima dari waktu ke waktu. Misalnya, pasien pernah berobat di Klinik Gigi “X” sebelumnya dan menganggap pelayanan di klinik gigi tersebut baik, maka ia akan datang lagi dengan harapan klinik gigi tersebut masih memberikan pelayanan yang baik atau bahkan lebih baik lagi dari yang sebelumnya. Namun apabila pasien mendapat pelayanan yang lebih buruk dari pelayanan yang diterimanya sebelumnya, maka pasien akan merasa tidak puas.

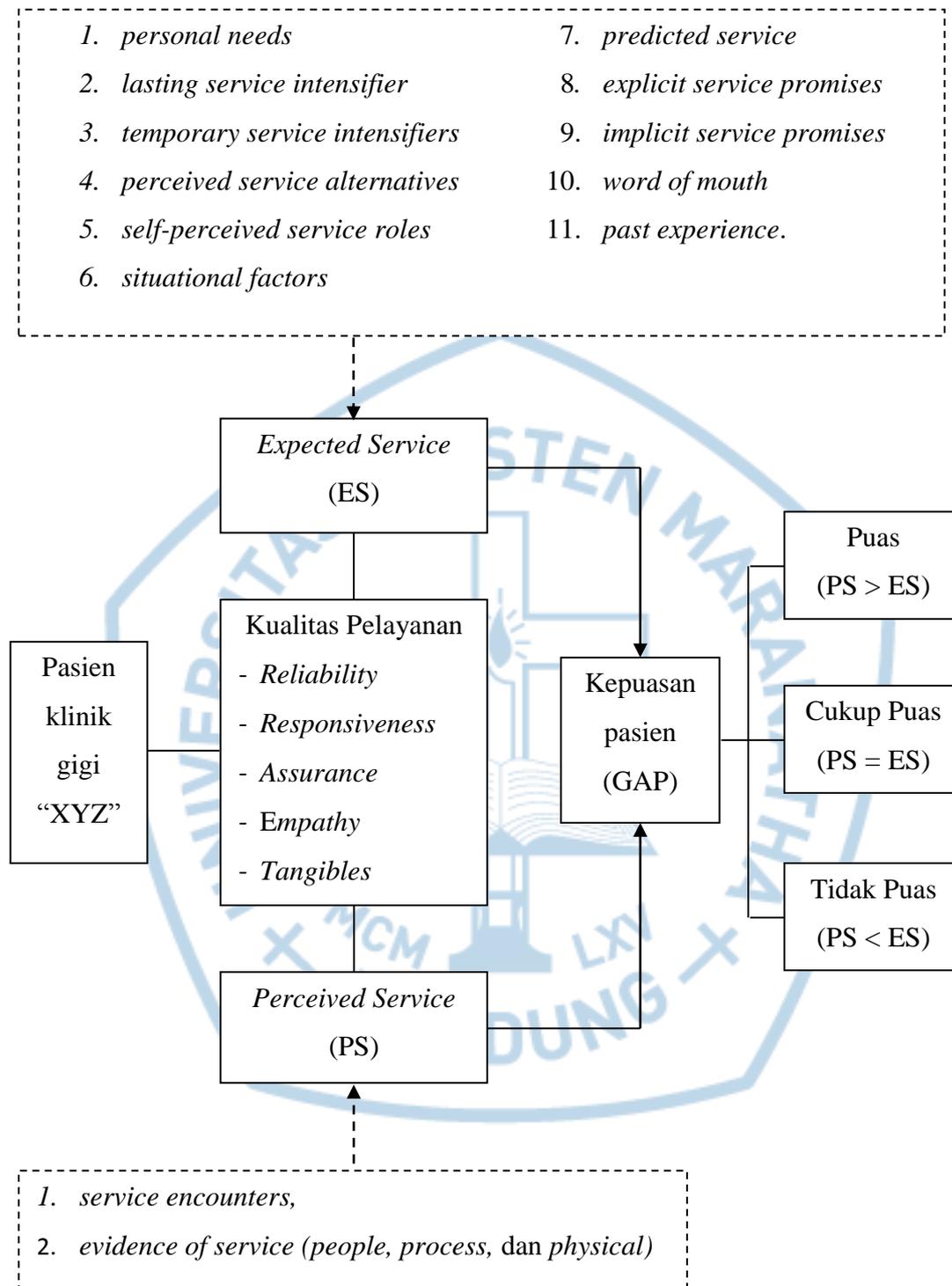
Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler dalam Tjiptono, 2004). Hal ini berarti citra kualitas yang baik berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi konsumen, bukan persepsi penyedia jasa. Tjiptono (2004) mengatakan persepsi konsumen mengenai kualitas jasa (*perceived service*) merupakan penilaian (secara menyeluruh) keunggulan kinerja jasa yang diterima setelah konsumen mengkonsumsi jasa. Ada dua faktor yang mempengaruhi *perceived service* (Zeithaml, 2006) yaitu *service encounters* dan *evidence of service*.

Service encounters atau *moment of truth* terjadi ketika konsumen berinteraksi dengan penyedia jasa. *Service encounters* merupakan gambaran kualitas layanan yang diterima oleh konsumen dan mempengaruhi keseluruhan kepuasan konsumen serta kemampuan menggunakan jasa kembali. Ketika pasien datang ke Klinik Gigi “X” dan segera dilayani dengan tanggap dan ramah oleh petugas administrasi, hal ini dapat membuat pasien merasa bahwa pelayanan di klinik gigi “X” secara keseluruhan memuaskan. Namun bila saat di administrasi pasien sudah merasa kecewa, maka hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan pasien terhadap pelayanan Klinik Gigi “X” secara keseluruhan.

Evidence of service merupakan bukti dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Karena jasa tidak dapat diamati, maka hal ini dapat dilihat berdasarkan tiga faktor, yaitu *people*, *process*, dan *physical*. *People* adalah orang-orang yang terlibat dalam pelayanan seperti dokter, perawat, petugas administrasi, petugas kasir, dan petugas apotek di Klinik Gigi “X”. *Process* adalah cara kerja, aktivitas, dan standar yang digunakan oleh Klinik Gigi “X”, seperti dokter melakukan pemeriksaan atau pengobatan secara teliti. *Physical* adalah komunikasi, teknologi yang digunakan, dan fasilitas fisik yang disediakan oleh Klinik Gigi “X” seperti peralatan yang digunakan dokter, toilet, ruang tunggu dengan kursi yang nyaman, AC, dan televisi.

Perbandingan *expected service* dan *perceived service* yang dirasakan pasien di atas akan memunculkan kesenjangan (*gap*). *Gap* terjadi apabila pasien merasakan kualitas pelayanan yang diberikan (*perceived service*) tidak sesuai dengan harapan pasien (*expected service*). Hal inilah yang dapat memunculkan kepuasan atau pun ketidakpuasan pada diri pasien. Kepuasan atau ketidakpuasan pasien terhadap suatu pelayanan akan mempengaruhi perilaku pasien selanjutnya. Kepuasan pasien merupakan syarat yang harus di penuhi Klinik Gigi “X” agar mampu sukses menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Jika pasien menganggap kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melebihi harapannya, maka pasien akan merasa puas. Pasien yang merasa puas akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk menggunakan pelayanan Klinik Gigi “X” kembali. Pasien yang merasa puas juga cenderung akan menceritakan hal-hal yang positif kepada orang lain tentang jasa Klinik Gigi “X” yang telah digunakannya. Apabila kualitas pelayanan yang diterima pasien sesuai dengan harapannya, maka muncul perasaan cukup puas. Namun, perasaan cukup puas tersebut tidak berarti bahwa pasien akan tetap atau kembali datang menggunakan jasa Klinik Gigi “X” tersebut jika pasien mengalami sakit, tetapi akan menjadikannya sebagai alternatif bila tidak ada klinik gigi lain yang memberikan pelayanan yang melebihi kualitas Klinik Gigi “X”. Sedangkan apabila pasien mengharapkan kualitas pelayanan yang tinggi, akan tetapi Klinik Gigi “X” tidak dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkannya, maka akan muncul perasaan kecewa atau tidak puas. Pasien yang tidak puas mungkin akan berhenti menggunakan jasa Klinik Gigi “X” dan atau hal terburuk lainnya yaitu memperingatkan orang lain untuk tidak menggunakan jasa Klinik Gigi “X” tersebut. Selain itu, pasien yang merasa tidak puas juga mungkin akan tetap menggunakan jasa Klinik Gigi “X”, tetapi hanya dikarenakan adanya faktor lain yang mempengaruhi seperti harga berobat yang dirasa lebih murah dibandingkan klinik gigi lainnya, jarak yang dekat dari rumah pasien, atau pun faktor individual lainnya.



Bagan 1.1 Kerangka Pikir

1.6. Asumsi

- 1) Setiap pasien akan memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Klinik Gigi “X”.
- 2) Para pasien akan memiliki *expected service*, yang merupakan harapan yang dimiliki terhadap layanan, dan *perceived service*, yang merupakan layanan aktual yang dipersepsikan oleh pasien.
- 3) Apabila pasien menghayati bahwa pelayanan yang diberikan oleh Klinik Gigi “X” melebihi harapan mereka, maka para pasien akan merasa puas (*perceived service* > *expected service*).
- 4) Apabila pasien menghayati bahwa pelayanan yang diberikan oleh Klinik Gigi “X” sesuai dengan harapan mereka, maka akan muncul perasaan cukup puas dalam diri pasien (*perceived service* = *expected service*).
- 5) Apabila pasien menghayati bahwa pelayanan yang diberikan oleh Klinik Gigi “X” tidak sesuai dengan harapan mereka, maka akan muncul perasaan tidak puas dalam diri pasien (*perceived service* < *expected service*).