

ANALISIS INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN Studi Kasus Pada Poliklinik Yazri PT Pusri (Persero) Palembang

Penulis:

Muhammad Riska Maulana Effendi

Dosen Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya

e-mail: muhammadrizka@polsri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Poliklinik Yazri PT Pusri (Persero) Palembang. Studi kasus penelitian ini adalah untuk mengetahui indeks kepuasan pasien di klinik Yazri. dengan menggunakan metode non probability sampling, instrumen penelitian berupa kuesioner dibagikan kepada para pasien sebagai respondennya ditentukan berdasarkan tehnik purposive sampling. penentuan jumlah sampel berdasarkan perhitungan dari Roscoe. adapun alat bantu didalam melakukan analisis digunakan program Microsoft Excel versi 2010, yang nantinya akan dikonversi kembali kedalam indeks kepuasan layanan, dan hasilnya menunjukkan bahwa indeks skor kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan poliklinik Yazri berada pada skor 83 atau peringkat sangat baik.

Kata kunci: Persepsi Pasien, Kualitas Pelayanan, Dan Indexs Kepuasan

ABSTRACT

This research was conducted at the Polyclinic Pusri Yazri PT (Persero) Palembang. The case study of this research is to determine patient satisfaction index in Yazri clinic. by using non-probability sampling method, the research instrument in the form of a questionnaire distributed to the patients as respondents determined by purposive sampling technique. determination of the number of samples based on the calculation of Roscoe. As for the tools used in the analysis with Microsoft Excel 2010 version, which will be converted back into service satisfaction index, and the results showed that the index patient satisfaction scores with service quality Yazri clinic located at 83 or excellent ratings.

Keyword: perception of patient, service quality, and the Satisfaction Indexs

PENDAHULUAN

Pelayanan yang berkualitas merupakan tuntutan yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan atau organisasi. Pelayanan jasa memegang peranan penting dan sangat berhubungan erat dengan perusahaan atau organisasi pelayanan jasa yang terkait dengan kliennya, termasuk pelayanan klinik pengobatan terhadap pasiennya. Klinik pengobatan harus dapat memberikan pelayanan yang baik

terhadap pasien-pasiennya sehingga dapat memberikan suatu dampak yang positif terhadap klinik pengobatan itu sendiri, apabila pelanggan tidak mendapatkan pelayanan yang diharapkan mereka cenderung tidak akan melakukan kunjungan ulang terhadap klinik tersebut. Hal ini akan berdampak terhadap perkembangan dari klinik tersebut.

Klinik Yazri merupakan salah satu klinik pengobatan yang ada di kota Palembang yang beralamat di jalan Mayor Zen Komplek PT SAK Palembang. Klinik ini merupakan klinik pengobatan yang berada di bawah binaan Yayasan Amil Zakat PT Pusri. Klinik ini berperan memberikan layanan kepada masyarakat di wilayah Sungai Selayur, Mata Merah dan sekitarnya. Ada dua pelayanan kesehatan yang dapat diberikan yaitu pelayanan kesehatan umum dan kebidanan. Pertumbuhan dan perkembangan Klinik Yazri tidak terlepas dari kepercayaan masyarakat umum terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh klinik ini. Menurut Kotler dan Keller (2009: 177), kepuasan pelayanan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang difikirkan terhadap hasil yang diharapkan. Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan pasien adalah pelayanan yang terdiri dari unsur-unsur perilaku karyawan, kondisi rumah sakit yang baik dan sarana yang memadai. Mengingat pentingnya informasi tentang seberapa besar performa kualitas layanan yang telah dilakukan selama ini, maka perlu ada suatu penelitian untuk mencari tahu tentang performa kualitas layanan tersebut. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Seberapa besar performa indeks kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Poliklinik Yazri PT Pusri (Persero) Palembang?”

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Jasa

Jasa adalah suatu perbuatan yang baik atau berguna dan bernilai bagi orang lain, Negara, instansi dan sebagainya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2011:569), sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:36), jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud. Lain halnya dengan Lovelock et.al (2012:16), jasa diartikan sebagai suatu aktivitas ekonomi antara dua pihak atau lebih yang menekankan terjadinya pertukaran nilai antara penjual dan pembeli dipasar. Dari berbagai definisi di atas, tampak bahwa didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen sebagai pembeli dan pemberi jasa sebagai penjual. Jasa juga bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas tersebut tidak berwujud.

Penawaran suatu perusahaan kepada pasar biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa ini dapat merupakan bagian kecil ataupun bagian utama/pokok dari keseluruhan penawaran tersebut. Pada kenyataannya, penawaran dapat bervariasi dari dua kutub ekstrim, yaitu murni barang pada satu

sisi dan jasa murni dibedakan menjadi lima kategori, seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, (2009:34), yaitu:

- Produk fisik murni, Penawaran semata-mata hanya terdiri atas produk fisik, misalnya sabun mandi, pasta gigi, atau sabun cuci, tanpa adanya jasa pelayanan yang menyertai produk.
- Produk fisik dengan jasa pendukung, Pada kategori ini, penawaran terdiri atas suatu produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik pada konsumennya. Dalam kategori ini, jasa dapat pula didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya.
- *Hybrid*, Penawaran terdiri dari barang dan jasa yang sama besar porsinya.
- Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor, Penawaran terdiri atas suatu jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan (pelengkap) dan/atau barang-barang pendukung. Contohnya penumpang pesawat yang membeli jasa transportasi.
- Jasa murni, Penawaran hamper seluruhnya berupa jasa. Misalnya, fisioterapi konsultasi, psikologi, pijatan dan lain-lain.

Adapun bauran jasa menurut Lovelock et, al (2012:24), terdiri dari: adanya produk yang ditawarkan, adanya harga, tempat atau lokasi, komunikasi pemasaran atau promosi, adanya proses, lingkungan fisik yang mendukung dan adanya manusia sebagai inti penyampai jasa tersebut.

Karakteristik Jasa

Menurut Griffin dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2008:6) menyebutkan ada beberapa karakteristik dari jasa, yaitu:

1. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. *Customization* (kustomisasi). Jasa ini sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Klasifikasi Jasa

Banyak pakar yang melakukan klasifikasi jasa, dimana masing-masing ahli menggunakan dasar pembedaan yang disesuaikan dengan sudut pandangnya masing-masing. Menurut Lovelock et,al: (2012:45) ada tujuh kriteria dari klasifikasi suatu jasa, antara lain:

- Segmen Pasar
- Tingkat keberwujudan (*tangibility*)
- Keterampilan penyedia jasa

- Tujuan organisasi jasa
- Regulasi
- Tingkat intensitas karyawan
- Tingkat kontak penyedia dan pelanggan

Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2011:797), yang dimaksud dengan pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia layanan adalah membantu, menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Menurut Kotler (2002:83) definisi “pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan yang dipersepsikan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf dan mutu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2011:744). Menurut Collier dalam Yamit (2001:22) mendefinisikan “kualitas pelayanan jasa adalah cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen dan sistem kinerja cara pelayanan”. Sedangkan menurut ISO 9000 dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2009:175), “kualitas pelayanan merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan menentukan dan menilai sampai sejauh mana sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya”. Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wyckof dalam Nasution, 2004:47). Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan manajemen perusahaan, Maine dalam Nasution (2004:101) memberikan beberapa definisi tentang pelanggan yaitu:

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya
2. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa yang diinginkannya
3. Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan
4. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dihapuskan

Tjiptono (2002:4) beranggapan bahwa dalam pandangan tradisional, pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

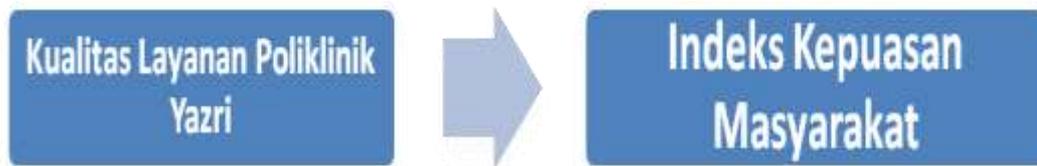
Kata Kepuasan itu sendiri berasal dari bahasa Latin "*satis*" atau cukup baik dan "*facio*" membuat atau melakukan. Kepuasan diartikan upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu menjadi memadai. (Tjiptono, et.al, 2011: 292). Kotler (2008:177) berpendapat bahwa, Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan *kinerja* (hasil) produk yang dipikirkan terhadap *kinerja* (atau hasil) yang diharapkan. Berarti kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya ini menunjukkan bahwa tujuan pengukuran kepuasan pelanggan adalah untuk memberikan informasi supaya pelanggan menjadi loyal dan dapat meningkatkan kinerja keseluruhan suatu perusahaan.

Menurut Sabarguna (2004:13), Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan pada dasarnya dibedakan menjadi dua factor yaitu factor yang berasal dari individu/pasien dan factor yang berasal dari luar individu/pasien. Faktor yang berasal dari individu berpengaruh terhadap bagaimana pasien mempersepsikan lingkungan. Factor luar individu mencakup bagaimana pelayanan rumah sakit dan fasilitas lain yang diberikan kepada pasien.

METODE PENELITIAN

Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka dapat dirumuskan suatu model kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar Kerangka Pemikiran Penelitian

Sampel dan Instrumen Penelitian

Penarikan sampel nantinya dilakukan dengan metoda *Nonprobability Sampling*, dengan menggunakan tehnik *Purposive Sampling*, Besaran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan tehnik penarikan sampel dari Roscoe (Sekaran, 2006:252), dimana hasil perhitungan menunjukkan sampel yang diambil sebanyak 110 responden, dimana perhitungan sampel dapat dilihat sebagai berikut :

Rumus: $n = (Vy + Vx) \times 10$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

Vx = Jumlah Variabel x

Vy = Jumlah Indikator variabel y

Perhitungan:

$\text{Jumlah sampel} = (10 + 1) \times 10 =$

Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu, dimana kuesioner tersebut menggunakan pengukuran dengan menggunakan skala linkert dengan bobot sebagai berikut: Jawaban sangat baik 4, Jawaban baik 3, Jawaban tidak baik 2 dan Jawaban sangat tidak baik 1

untuk menganalisis hasil jawaban dari responden, maka akan dihitung dengan mencari nilai rata-rata tertimbang, kemudian total dari nilai persepsi akan dibagi dengan total jawaban yang dinilai dan dikali dengan nilai penimbangannya. Setelah itu akan dikonversi kedalam satuan nilai hasil dari kualitas pelayanan yang dicapai. Adapun nilai konversi tersebut dapat dilihat pada tabel 1, dibawah ini:

Tabel Nilai Kinerja Kualitas Pelayanan

Persepsi	Interval	Interval konversi	Mutu pelayanan	Keterangan
1	1,00-1,75	25,00-43,75	D	Sangat tidak baik
2	1,76-2,50	43,76-62,50	C	Tidak baik
3	2,51-3,25	62,51-81,25	B	Baik
4	3,26-4,00	81,26-100,0	A	Sangat baik

Definisi Operasionalisasi Dimensi Pelayanan

Definisi operasionalisasi dari Variabel Kualitas Pelayanan diukur dengan menggunakan Indeks Kepuasan Masyarakat (Kepmenpan no. 63 tahun 2003), yaitu:

- Kesederhanaan, yaitu prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit, mudah difahami dan mudah untuk dilaksanakan
- Kejelasan, dimana jelas persyaratan teknis, kewenangan dan rincian biaya pelayanan publik serta tatacara pembayarannya
- Kepastian waktu, dimana pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan
- Akurasi, artinya produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat dan sah
- Keamanan, dimana proses penyampaian jasa memberikan rasa aman dan kepastian hukum
- Tanggung jawab, artinya pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan
- Kelengkapan sarana dan prasarana, yaitu tersedianya sarana dan prasarana, termasuk peralatan kerja yang memadai termasuk teknologi telekomunikasi dan informatika.
- Kemudahan akses, artinya tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat dan dapat memanfaatkan telekomunikasi dan informatika
- Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan, dimana pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah serta memberikan pelayanan dengan ikhlas
- Kenyamanan, dimana lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Lokasi Penelitian

Poliklinik Yayasan Amil Zakat Pusri (YAZRI) didirikan pada tanggal 26 Agustus 2004, dengan tujuan memberikan bantuan pelayanan kesehatan berupa pengobatan gratis kepada para dhuafa yang telah memenuhi persyaratan sebagai anggota dan telah dilakukan survey kelayakan oleh yayasan. Klinik Yazri merupakan salah satu program penyaluran dana zakat yang dikelola oleh yayasan amil zakat pusri (YAZRI), yang bergerak dibidang sosial kemasyarakatan untuk menyalurkan dana pemberi zakat atau donatur kepada yang berhak menerimanya. Selain itu klinik Yazri membuka pelayanan umum dengan dikenakan biaya sebagai bentuk usaha pengembangan kemandirian klinik.

Pada tahun 2008 klinik Yazri menambah pelayanan kesehatan berupa kebidanan (konsultasi dan layanan KB), pelayanan penunjang berupa EKG (Elektro Kardiografi) dan laboratorium sederhana. Klinik Yazri mempunyai tenaga kerja sebanyak 4 orang dokter umum, 4 orang perawat, 1 orang bidan, 1 orang

asisten apoteker dan 1 orang analis, serta dibantu tenaga administrasi dan pembantu umum. Pelayanan Klinik Yazri dimulai pukul 08.00 s.d. 16.00, setiap hari Senin-Sabtu kecuali hari libur.

Selain pelayanan tindakan umum, klinik Yazri juga melayani pengobatan lainnya seperti kebidanan dan penunjang diagnosis, seperti laboratorium dan *Elektro Kardiografi* (EKG). Pelayanan kebidanan berupa pemeriksaan kehamilan, konsultasi kebidanan dan pelayanan KB. Klinik Yazri juga memberikan pengobatan di Pulau Kemaro yang diadakan setiap akhir bulannya. Klinik Yazri bekerjasama dengan Yayasan Amil Zakat Pusri dan Bina Lingkungan setiap tahunnya mengadakan sunat masal untuk anak-anak kurang mampu sebanyak 500 orang anak. Selain itu juga diadakan kegiatan pengobatan gratis secara insidental pada kondisi tertentu pada daerah yang terkena bencana di wilayah Kota Palembang dan sekitarnya, adapun jumlah tenaga medis dan operasional Poliklinik Yazri sebanyak 13 orang, seperti yang terdapat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel Data Tenaga Medis

No	Jabatan	Jumlah
1	Dokter	4 orang
2	Bidan	1 orang
3	Perawat	4 orang
4	Asisten Apoteker	1 orang
5	Analisis	1 orang
6	Administrasi	1 orang
7	Pembantu Umum	1 orang
Jumlah		13 orang

Sumber: Klinik Yazri, 2014

Profil Responden

Adapun responden dalam penelitian ini tersebar kedalam beberapa profesi dalam masyarakat, seperti buruh, ibu rumah tangga, karyawan swasta, pedagang dan para pensiunan. Dari kelima tipe responden tersebut data di ambil dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebar dengan menggunakan tehnik purposive sampling kepada 110 orang responden, seperti yang terlihat pada tabel 3 dibawah ini:

Tabel Profil Responden

No	Pekerjaan	<i>Purposive Sampling</i>
1	Buruh	23 orang
2	Ibu Rumah Tangga	39 orang
3	Karyawan Swasta	17 orang
4	Pedagang	20 orang
5	Pensiunan	11 orang
Jumlah		110 orang

Sumber: Data diolah, 2014

PEMBAHASAN

Kuesioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 110 orang, merupakan pasien yang berkunjung pada poliklinik tersebut untuk memenuhi kriteria ataupun syarat penetapan teknik purposive sampling. Adapun hasil rekapitulasi dari penyebaran kuesioner tersebut dapat dilihat pada tabel 4, dibawah ini:

Tabel Aspek Pengukuran Kepuasan Pasien Klinik Yazri Palembang

Dimensi	Unsur Pelayanan	Nilai Unsur rata-rata
Kejelasan prosedur pelayanan	367	3,33
Kesedarhanaan prosedur pelayanan	388	3,52
Kepastian waktu pelayanan	323	2,93
Akurasi produk layanan	412	3,74
Keamanan produk layanan	346	3,14
Tanggung jawab	449	4,08
Kelengkapan sarana dan prasarana	376	3,41
Kemudahan akses pelayanan	301	2,73
Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan petugas	355	3,22
Kenyamanan lokasi	341	3,10

Sumber: Data diolah 2014

Apabila kita lihat nilai unsur pelayanan yang diperoleh, rata-rata diatas 2,50. Dimana nilai tertinggi diperoleh dari dimensi tanggung jawab yang dimiliki oleh petugas poliklinik dan nilai terendah berada pada dimensi kemudahan akses pelayanan.

Konversi Nilai Indeks Kepuasan

Konversi nilai indeks kepuasan merupakan hasil ahir yang dapat kita bandingkan untuk mengetahui kualitas ataupun nilai kinerja yang diperoleh oleh Poliklinik Yazri Palembang, seperti yang terdapat dalam perhitungan tabel 5, dibawah ini:

Tabel Perhitungan Nilai Indeks Kepuasan

Interval Konversi	Mutu Pelayanan	Keterangan	Perhitungan dan Konversi
25,00-43,75	D	Sangat tidak baik	Perhitungan: $(3,33 \times 0,1) + (3,52 \times 0,1) + (2,93 \times 0,1) + (3,74 \times 0,1) + (3,14 \times 0,1) + (4,08 \times 0,1) + (3,41 \times 0,1) + (2,73 \times 0,1) + (3,22 \times 0,1) + (3,10 \times 0,1) = \text{Nilai Indeks } 3,32$ Konversi: Nilai Indeks x Nilai Dasar = Nilai Konversi $3,32 \times 25 = \text{Nilai Konversi } 83 \text{ point}$
43,76-62,50	C	Tidak baik	
62,51-81,25	B	Baik	
81,26-100,0	A	Sangat baik	

Sumber: Data diolah, 2014

Dapat kita lihat, hasil perhitungan pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa total nilai indeks kepuasan adalah sebesar 3,32 point, dengan demikian hasil ahir score mutu pelayanan dapat disimpulkan, sebagai berikut:

- Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat setelah dikonversi hasilnya adalah = Nilai Indeks x Nilai Dasar = $3,32 \times 25 = 83$
- Sehingga mutu pelayanan pada Poliklinik Yazri PT Pusri Palembang berada pada ranking 81,26-100,0 atau dengan predikat sangat baik (A)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang telah dilakukan pada Poliklinik Yazri PT Pusri Palembang, dinilai sangat baik atau dengan mutu pelayanan “A” oleh masyarakat, dimana hasil perhitungan menunjukkan nilai mutu pelayanan berada pada kisaran 81,26-100,0 atau 83.

SARAN

Dalam mewujudkan visi dan misi Poliklinik Yazri PT Pusri Palembang, dihadapkan pada perbaikan mutu pelayanan yang mempunyai nilai paling rendah, yaitu “kemudahan akses layanan”. Kemudahan akses layanan sangat erat kaitannya dengan keberadaan ataupun lokasi poliklinik itu sendiri, sehingga salah satu solusinya adalah dengan membentuk Poliklinik berjalan, dengan menggunakan mobil kesehatan keliling. Adapun unsur pelayanan yang sudah cukup tinggi harus terus dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman. 1991. *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan*. Jakarta: PT Pertiya.
- Chaplin, J.P. 1999. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Ginting, Nembah F.Hartimbul. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat. 2011. Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Lovelock, Cristopher. Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. 2012. *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi, Perspektif Indonesia*. Jakarta: Penerbit Airlangga.

- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor Selatan:Ghalia Indonesia.
- Pass, Christoper dan Bryan Lowes. 2011. *Kamus Lengkap Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sabarguna, B. 2004. *Pemasaran Rumah Sakit Cetakan Pertama*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis, edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Supranto, Johannes. 2006 *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- www.menpan.go.id. Diakses 10 Juli 2014. Kepmenpan No.63. Tahun 2003. Pedoman Pelayanan Publik.