

PENGARUH TARIF KAMAR TERHADAP KEPUASAN DAN MINAT PASIEN DALAM PEMBELIAN ULANG JASA RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT PANTI RAPIH YOGYAKARTA

Oleh : Harry Soesanto



The National development being implemented in six PELITA bring a good result in health care sector. The hospital is getting isolate as it own definite the tariff for services which have been given to consumer, because not all hospital stand alone to definite the services. As an affect, definite tariff is the first-tariff and the definite of consumer tendency to come with comfirmable tariff. This research has a tendency (1) to identify room tariff influence, and the relationship between patient satisfaction and patient willingness in rebuying in patient services in Panti Rapih hospital; (2) to identify consumer behavior about patient satisfaction and to repurchase for health services in Panti Rapih hospital.

Research design applied was on obsevational research (non experimental), and the research subjectis in patient. Sample was drawn as purpossivle with definitely criteria. Data were collect through from quastion which has been fill by responden. And result will be exsamination as qualitative and quantitative with SPSS/PC+program.

The result showed that (1) subject desire to use Panti Rapih hospital and the result has been influence by satisfied servent depending with room tariff; (2) research subject show that patient interest in rebuying in patient services, big enouh to prediction behavior in decision making.

Based on the result, it was concluded thath patient interest in rebuying depending by patient satisfied, but a low cost of room tariff has been ignored. Thus a room tariff is not the only behavior reason to use Panti Rapih hospital, and not support by result of research calculation which mean that hypothesis has been denied.

1 Peserta Program Pascasarjana UGM, Minat Utama Magister Manajemen Rumahsakit 2 Program MMR, UGM, Yogyakarta And there is relationship and significant between patient satisfied with interest to rebuying in patient services. The higher patient satisfied, the higher patient interest to rebuying the same services.

Key word : Patient's satisfaction - Interest on repurchasing - In patient services

PENGANTAR

1. Latar Belakang

KEHADIRAN Rumah Sakit pada saat ini mempunyai daya saing yang cukup tinggi, karena selektifnya permintaan masyarakat yang menuntut agar pelayanan yang diberikan Rumah Sakit dapat memuaskan konsumen. Pasien sebagai pembeli jasa Rumah Sakit dewasa ini sudah semakin kritis, karena kekuatan membeli yang mereka miliki cukup tinggi. Sehingga apabila Rumah Sakit ingin tetap memiliki daya saing yang tinggi, maka dituntut untuk memberikan pelayanan yang lebih dibandingkan Rumah Sakit lain.

Rumah Sakit Panti Rapih merupakan Rumah Sakit swasta tipe madya yang diresmikan pada tanggal 14 September 1929. Pada tahun 1995 jumlah tempat tidur (TT) sebanyak 352 buah, BOR 86% dan LOS selama 6,6 hari.

Misi Rumah Sakit ini adalah pelayanan bagi masyarakat tidak mampu merupakan pelayanan yang harus disediakan dan merupakan persyaratan kesediaan suster-suster berkarya di Rumah Sakit.

Tarif yang berlaku sejak bulan Juli 1995 saat ini mengalami peningkatan sebesar 3% dibandingkan tarif yang berlaku sejak tahun 1993. Tarif yang ditetapkan pada tahun 1993 lebih

rendah dari tarif pesaing, dengan pertimbangan bahwa pada saat itu Rumah Sakit lebih menekankan pelayanan kepada masyarakat menengah kebawah. Dalam hal ini dengan harga yang lebih murah, tarif kelas tiga diharapkan dapat subsidi dari tarif kamar VIP dan kamar utama. Namun kondisi demikian tidak dapat diharapkan, karena pendapatan dari tarif sewa kamar menentukan pendapatan Rumah Sakit. Melihat situasi demikian, kebijakan manajemen Rumah Sakit selanjutnya dituntut untuk mencari peluang-peluang baru bagi pengembangan pelayanan Rumah sakit. Dalam hal ini Rumah sakit memperluas segmen pasar kepada masyarakat menengah keatas, sehingga diharapkan akan lebih banyak memakai jasa pelayanan di Rumah Sakit Panti Rapih. Dengan segmen pasar yang demikian, Rumah Sakit mulai memberikan pelayanan kesehatan dengan fasilitas yang lebih baik dengan menambah kamar utama baru.

Tarif sangat menentukan perilaku konsumen dalam berobat, karena tidak semua masyarakat dapat menikmati jasa Rumah Sakit apabila tarif yang dikenakan cukup tinggi. Tingginya tarif rumah sakit dapat menimbulkan kesan bahwa fungsi sosial kemanusiaan nampaknya berubahnya menjadi fungsi sosial ekonomis, karena biaya nyata penyelenggaraan Rumah sakit tidak terjangkau oleh

kebutuhan nyata pelayanan kesehatan bagi kebanyakan anggota masyarakat. Dari permasalahan tersebut dapat dirumuskan bahwa :

- a. Apakah tarif kamar yang ditetapkan oleh Rumah sakit itu mempengaruhi kepuasan pasien dan niat pembelian ulang jasa rawat inap di Rumah sakit Panti Rapih.
- b. Apakah kepuasan pasien setelah menjalankan rawat inap mempengaruhi minat konsumen dalam pembelian ulang jasa rawat inap di Rumah sakit Panti rapih.

Penelitian ini bertujuan untuk :

a. Mengidentifikasi pengaruh tarif kamar hubungannya dengan kepuasan dan minat pasien dalam pembelian ulang terhadap jasa rawat inap di Rumah Sakit Panti Rapih.

b. Mengidentifikasi perilaku konsumen tentang kepuasan pasien dan minat pembelian ulang jasa rawat inap di Rumah Sakit Panti Rapih.

2. Tinjauan Pustaka

PENGERTIAN penentuan tarif menurut (Depkes RI, 1994) adalah metodologi yang digunakan oleh Rumah Sakit untuk menentukan atau mengubah tarif pelayanan dengan memper-timbangkan biaya per unit, batas

keuntungan, harga/tarif kompetitif dan harga yang layak diterima masyarakat pengguna jasa pelayanan. Dalam mekanisme pasar yang murni tinggi rendahnya tarif biasanya ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran (Kotler, 1994). Peranan penawaran cukup dominan dalam menentukan

HARI SUSANTO

Staff Pengajar FE-Universitas Diponegoro dan Program Magister Manajemen Undip. Menamatkan S1 Jurusan Manajemen Fak. Ekonomi Universitas Gajah Mada dan Program Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Gajah Mada (1996)

harga, peranan permintaan kalau pun ada, terbatas pada harga pelayanan pengobatan (Gani,1993).

Menurut Stanton (1991) menyatakan bahwa pemasaran merupakan satu tahapan dari keseluruhan kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan juga mendistribusikan barang dan atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada ataupun pembeli yang potensial. Supaya dapat melaksanakan konsep pemasaran dengan baik, ada tiga unsur konsep pemasaran yang harus dikembangkan oleh Rumah Sakit (Swastha dan Handoko, 1982).

- Perilaku konsumen Rumah Sakit
- dapat didefinisikan sebagai
- suatu proses pengambilan
- keputusan dan kegiatan
- individu secara fisik yang
- dilibatkan dalam
- mengevaluasi, memperoleh
- menggunakan atau pun
- mendapatkan barang dan jasa

Unsur-unsur tersebut yaitu orientasi pada konsumen, penyusunan kegiatan pemasaran yang terpadu dan kepuasan konsumen. Menurut Yacobalis (1989), kepuasan pasien adalah "Suatu ukuran yang merefleksikan antara Outcome, proses dan struktur dari pelayanan". Pelayanan telah dikategorikan sebagai consumer service atau profesional service. (Kotler dan Clarke, 1987). Perilaku konsumen Rumah Sakit dapat didefinisikan sebagai suatu proses pengambilan keputusan dan kegiatan individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh menggunakan atau pun mendapatkan barang dan jasa David dan Bitta, 1985).

Perilaku manusia mempunyai pengaruh terhadap status kesehatan individu, kelompok, maupun masyarakat, merupakan resultan, psikologis maupun fisik. (Engel dkk, 1992), pelayanan kesehatan itu dipengaruhi oleh dua faktor pokok yaitu faktor perilaku dan faktor non perilaku. Respon dapat bersifat,

fasik (tanpa tindakan, berfikir, berpendapat dan bersikap), maupun yang aktif (melakukan tindakan). (Solita Sarwono, 1993). Bonfield (1974) mengatakan bahwa masuknya produk/jasa dan merk baru ke pasar dapat pula mempengaruhi sikap yang sudah terbentuk sebelumnya.

Ketidakpuasan konsumen sebagai pemakai jasa Rumah Sakit dikarenakan pelayanan Rumah Sakit yang kurang baik. Dalam rangka menyesuaikan keinginan dan kebutuhan untuk mencapai kepuasan konsumen, tindakan yang harus dilakukan oleh Rumah Sakit adalah melayani konsumen dengan ramah tamah, sopan dan hormat sehingga menimbulkan kesan yang menyenangkan. (Adikusumo, 1994). Sementara itu menurut pendapat dari Bannet dan Silalahi (1989), bahwa tujuan dari manajemen jasa pelayanan adalah untuk mencapai kualitas pelayanan tertentu, karena eratnya kaitan tingkatan ini dihubungkan dengan kepuasan konsumen.

Menurut teori Fishbein dan Ajzin (dalam Bentler dan Speckart, 1979) perilaku konsumen dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif, tetapi minatnya untuk membeli kembali (rebuying) akan sangat dipengaruhi oleh pengalamannya yang lampau waktu membeli atau memakai produk yang sama. Hipotesis yang akan

dibuktikan :

- a. *Ada hubungan positif antara tarif kamar terhadap kepuasan pasien dan minat pembelian ulang jasa rawat inap di Rumah Sakit Panti Rapih.*
- b. *Ada hubungan positif antara kepuasan pasien dengan minat dalam pembelian ulang jasa rawat inap di Rumah Sakit Panti Rapih.*

CARA PENELITIAN

JENIS-JENIS penelitian kuantitatif dan kualitatif yang akan digunakan untuk meneliti pengaruh tarif kamar terhadap kepuasan dan minat pasien dalam pembelian ulang jasa rawat inap adalah berupa penelitian observasional (non experimental). Dengan pendekatan Cross-sectional dan penelitian ini merupakan penelitian lapangan.

Obyek penelitian adalah Rumah Sakit Panti Rapih yang berlokasi di jalan Cik di Tiro No. 30 Yogyakarta. Subyek penelitian adalah pasien rawat inap yang terpilih berdasarkan atas kriteria-kriteria yang sudah ditentukan yaitu pasien yang datang sendiri/ tidak dikirim oleh dokter, pasien dirawat 3 x 24 jam, dapat berkomunikasi, tidak ada gangguan jiwa, sudah diperbolehkan pulang, pasien menempati di semua kelas perawatan, pasien dalam tahap penyembuhan, bukan pasien anak-anak. Pengambilan sampel dengan

cara purposive sampling.

Variabel penelitian adalah variabel bebas : tarif kamar variabel adalah: kepuasan konsyemen terhadap fasilitas, kepuasan lonsumen terhadap lingkungan, kepuasan konsumen terhadap pelayanan. Variabel terpengaruh : minat pasien dalam pembelian ulang di RS Panti Rapih.

Alat penelitian untuk mengatur tarif kamar dan kepuasan pasien serta minat pembelian ulang dipergunakan alat ukur kuesioner, yang disebarakan secara serentak kepada responden yang terpilih dan diisi oleh responden pada hari tersebut.

Jalannya penelitian meliputi tahapan, tahap penelitian, tahap pengumpulandata, tahap analisa data.

Pada tahap persiapan dilakukan konsultasi dengan pembimbing, studi pustaka, pembuatan proposal, inventarisasi data yang dikumpulkan, membuat alat penelitian.

Pada tahap penelitian diawali dengan membentuk tim penelitian yang terdiri dari empat orang dan diadakan pelatihan sebelum pelaksanaan lapangan, mengadakan uji coba guan menguji validasi dan reliabilitas dari alat ukur serta melakukan revisi dengan kebutuhan, pelaksanaan dengan menyebar kuesioner secara serentak.

Pada tahap melakukan pengumpulan data lembar kuesiaoner yang sudah diisi,

dikumpulkan, dicek identitas responden dan kelengkapan data, memberi kode pada item yang tidak diberi skor, memberikan coding.

Pada tahap analisis dengan : (1) statistik deskriptif yang menganalisa data responden dan pengaruh tarif kamar terhadap kepuasan pasien dilihat dari fasilitas lingkungan, mutu pelayanan dan minat pasien untuk pembelian ulang jasa rawat inap. (2) analisa statistik korelasi untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara statistik signifikan antara tarif kamar terhadap kepuasan pasien dengan minat pembelian ulang jasa rawat inap di RS Panti Rapih.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

ANALISIS secara kuantitatif menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Pengukuran tarif kamar.

Tarif kamar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu penilaian terhadap jasa yang diperoleh pasien RS Panti Rapih yang berupa rawat inap. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil penilaian subjek, skala rata-rata tarif 3,442 maka masih dibawahnya ini menunjukkan bahwa tarif RSD Panti Rapih masih terjangkau.

2. Pengukuran Kepuasan

Dari hasil perhitungan skala hasil penelitian sebesar 3,5

perbandingan dengan skor rata-rata pada masing faktor kepuasan yang meliputi faktor lingkungan sebesar 4,077, faktor mutu pelayanan sebesar 4,072. Rata-rata kepuasan menunjukkan lebih tinggi skor dari nol maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pasien rawat inap pada RC Panti Rapih menunjukkan cukup tinggi.

3. Pengukuran Minat Pasien dalam Pembelian Ulang

Hasil menunjukkan bahwa skala nol penelitian sebesar 0,5 dibandingkan per rata-rata minat pasien dalam pembelian ulang sebesar 0,91245 rata-rata minat pasien dalam pembelian ulang lebih tinggi dari skor nolnya maka dapat disimpulkan bahwa minat pasien dalam pembelian ulang jasa rawat inap di RS Panti Rapih menunjukkan cukup tinggi.

Berdasarkan hasil analisis tersebut variabel kepuasan lebih besar dibandingkan variabel tarif kamar. Jadi dapat disimpulkan bahwa apabila subyek penelitian berminat menggunakan RS Panti Rapih keputusannya dipengaruhi oleh kepuasan pelayanan.

Hal ini disebabkan karena RS Panti Rapih dalam penerapan manajemen RS lebih mengutamakan faktor-faktor kepuasan pasien baik lingkungan, fasilitas dan mutu pelayanannya dari 185 subjek secara umum mengatakan puas. Dengan melihat faktor-faktor kepuasan tersebut maka baik pihak pasien

maupun keluarganya akan mengutamakan/memutuskan alternatif pilihan terhadap RS Pnti Rapih juga dapat berfungsi sebagai refern untuk pihak kedua atau ketiga.

4.Korelasi Tarif Kamar terhadap Kepuasan dan Minat Pasien Dalam Pembelian Ulang

Dari hasil analisis menunjukan krelasi tarif lkamar terhadap minat pasien dalam pembelian ulang 0,368 ($P < 0,1$), kepuasan mminat pasien dalam pembelian ulang 0,582 ($P < 0,01$).

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara masing-masing variabel hubungan yang paling erat adalah tarif kamar dengan kepuasan. Hal ini dapat dimengerti karena adanya tarif kamar yang terjangkau dan sesuai merekaberanggapan bahwa akan mendapatkan pelayanan yang lebih baik.

Dari hasil analisis menunjukkan koefisien determinasi (pengaruh Y) dalam penelitian ini adalah minat pasien dalam pembelian ulang sebagai variabel dependen dari hasil persamaan regresi seberapa besar proporsi Y yang dihasilkan, dari hasil analisis diperoleh sebesar 0,33915 yang berarti ada pengaruh yang sangat kuat antara tarif kamar terhadap kepuasan dan minat pasien dalam pembelian

ulang jasa rawat inap di RS Panti Rapih.

Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi variabel tarif kamar 0,03476, sedangkan kepuasan sebesar 0,0006079 hal ini berarti bahwa setiap perubahan sebesar satu-satuan unit tarif kamar itu akan mengakibatkan perubahan sebesar 0,03476 terhadap minat pasien dalam pembelian ulang setiap perubahan satu satuan unit kepuasan akan mengakibatkan perubahan sebesar 0,0006079 terhadap minat pasien dalam pembelian ulang.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa F sebesar 46,7029 dengan $P < 0,001$ dapat disimpulkan variabel tarif kamar dan kepuasan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pasien dalam pembelian ulang jasa rawat inap di R S Panti Rapih

Hasil analisis menunjukkan bahwa T untuk variabel tarif kamar sebesar 0,077 dengan $T > 0,05$ yang berarti tidak signifikan. T untuk

variabel tarif kamar dan •
kepuasan secara bersama- •
sama mempunyai pengaruh •
yang signifikan terhadap •
minat pasien dalam •
pembelian ulang jasa rawat •
inap di R S Panti Rapih •

- kemungkinan kelompok
- tersebut lebih mementingkan
- (menuntut) mutu pelayanan,
- kecepatan pelayanan danl
- ketepatan diagnosis individu
- karena kemampuan daya
- beli jasa

variabel kepuasan sebesar 7,489 dengan $p < 0,001$ yang berarti signifikan.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan subyek penelitian menunjukkan bahwa minat pasien dalam pembelian ulang jasa rawat inap cukup besar diprediksikan menjadi perilaku dalam mengambil keputusan jasa rawat inap di RS Panti Rapih. Minat pasien dalam pembelian ulang ini banyak dipengaruhi kepuasan pasien, sedangkan tarif kamar yang sangat kecil pengaruhnya diabaikan. Hal ini dapat dilihat tidak signifikannya tarif kamar dalam minat pembelian ulang jasa rawat inap.

Dengan demikian masalah tarif kamar bukan merupakan satu-satunya sebab perilaku untuk menggunakan jasa RS Panti Rapih, tidak didukung oleh hasil perhitungan penelitian yang berarti hipotesa tersebut ditolak.

Hal tersebut disebabkan oleh beberapa kemungkinan yaitu : 1) Bila dilihat dari korelasi tarif kamar

dengan kepuasan menunjukkan hubungan yang signifikan (erat), maka subjek penelitian beranggapan bahwa apabila menggunakan jasa dengan tarif yang sesuai akan mendapat fasilitas kepuasan yang memadai . 2)Subjek penelitian dalam hal ini lebih mengutamakan kepuasan dibandingkan dengan tarif kamar oleh karena itu dengan

kepuasan yang tinggi akan diperoleh proses penyembuhan akan lebih cepat (yang penting lekas sembuh).

Analisis secara kualitatif menunjukkan hasil sebagai berikut:

Dilihat dari data pendidikan, pekerjaan , penghasilan , dan biaya pengobatan ditanggung subjek. Menunjukan bahwa dalam menghadapi era globalisasi ini RS Panti Rapih dituntut lebih meningkatkan kualitas kepentingan konsumen daripada kuantitasnya. Hal ini disebabkan karena semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang dan tingkat pendapatan yang semakin tinggi tidak menutup kemungkinan kelompok tersebut lebih mementingkan (menuntut) mutu pelayanan, kecepatan pelayanan danl ketepatan diagnosis individu karena kemampuan daya beli jasa tersebut.

Dilihat hasil pesnelitian menunjukkan bahwa dari 185 subjek penelitian telah menghuni RS Panti Rapih dengan sendirinya

(yang bersangkutan) sebesar 65,4% (121 orang) sedangkan dari keluarga, dokter, puskesmas, tetangga besar 34,6% (64 orang). Dari 185 subjek yang pernah dirawat 42,7% (79 orang) sedangkan 57,3% (106 orang) belum pernah dirawat. Bila dilihat dari anggota keluarga/ saudara yang pernah dirawat sebesar 37,3% (69 orang) yang belum pernah dirawat sebesar 62,7% (116 orang). Bila ditinjau dari inisiatif kedatangan subjek untuk menjalani rawat inap untuk inisiatif sendiri 34,1% (63 orang), keluarga 51,9% (96 orang), dokter 3,6% (16 orang), Puskesmas 0,5% (1 orang) dan tetangga (9 orang).

Dari hasil analisis tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa betapa pentingnya pengelolaan kualitas jasa layanan kesehatan RS Panti Rapih menunjukkan loyalitas konsumen, oleh karena itu konsumen dapat meninggalkan RS Panti Rapih apabila mendapatkan harapan jasa pelayanan kesehatan RS Panti Rapih tidak sesuai harapannya ke rumah sakit lainnya.

Uraian di atas didukung dengan prioritas subjek memilih Rumah Sakit Panti Rapih daripada rumah sakit lain yaitu subjek setuju memilih pelayanan sebagai rangking 1 (74,6%), rangking 2 (18,9%), dan rangking 3 (6,5%). Subjek setuju memilih fasilitas sebagai rangking 1 (17,3%), rangking 2 (72%) rangking 3 (9,7%), dan rangking 4 (0,5%). Untuk lingkungan sebagai rangking 1

(3,8%), rangking 2 (6,5%), rangking 3 (77,8%) dan rangking 4 (11,9%). Tarif sebagai rangking 1 (1,6% 0, rangking 2 (6,5%), rangking 3 (5,9%) dan rangking 4 (85,9%). Dari urutan rangking tersebut ternyata secara umum pelayanan sebagai rangking pertama kemudian fasilitas lingkungan dan tarif sebagai urutan terakhir.

Demikian juga dengan penilaian prioritas yang dikemukakan subjek pada Lingkungan memilih sangat baik dan baik sebesar 93,5% sedang yang mengatakan cukup dan kurang baik sebesar 6,5%. Pada fasilitas memilih sangat baik dan baik sebesar 86,6% dan yang memilih cukup 19,5%. Pada lingkungan sangat baik dan baik sebesar 78,9%, cukup 18,5% sedangkan memilih rendah / kurang baik dan jelek/tidak baik sebesar sebesar 1,6%. Ditinjau dari tarif memilih rendah/murah sebesar 0,5%, cukup 70,3%, tinggi/mahal 15,7% dan sangat tinggi / sangat mahal 13,5%.

Dengan demikian dari hasil analisis tersebut diatas menunjukkan bahwa keadaan tarif bukannya faktor penentu subjek dalam memilih RS Panti Rapih tetapi dipengaruhi oleh faktor-faktor kepuasan subjek ketika menjalani rawat inap di RS tersebut yang tercermin dalam aspek pelayanan, fasilitas dan lingkungan. Oleh karena itu faktor kepuasan pasien selama menjalani rawat inap di RS perlu di perhatikan atau

dipertahankan agar kualitasnya semakin baik. Dalam kenyataannya semakin RS swasta lain yang meningkatkan kualitas pelayanan ya dimasa mendatang semakin meningkat. Apabila RS Panti Rapih tidak sedini mungkin mempertahankan dan meningkatkan kualitas Rsnya maka akan ketinggalan dengan RS lainnya. Hali ni disebabkan salah satu sifat dari jasa adalah tingkat variabilitasnya yang tinggi, dalam arti kata banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis. Dengan demikian para konsumen sangat peduli dengan variabilitasnya yang tinggi tersebut dan seringkali meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan sebelum memutuskan memilih (Kotler dan Anderson, 1982). Menurut Engel dkk (1992) bahwa ada lima faktor internal yang mempengaruhi perilaku seseorang diantaranya adalah: pengetahuan. Pengalaman aktual dapat merupakan dari hasil belajar yang bersifat primer/langsung dialami bagi seseorang sehingga secara sederhana dapat sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan-ingatan yang sewaktu-waktu dapat dimunculkan kembali dan berfungsi sebagai dasar dari seseorang untuk mengambil keputusan.

Setelah sembuh menjalani rawat inap subjek penelitin dapat menentukan sikap dari keyakinannya sebagai evaluasi/penilaian terhadap konsekuensi dari aspek-aspek yang mempengaruhi subjek

tersebut.

1. Tarif Kamar

Subjek dalam penilaian tarif kamar dalam penggunaan jasa pelayanan kesehatan RS Panti Rapih yang menyatakan rendah/murah sebesar 0,5% (1orang), cukup sebesar 70,3% (130 orang), tinggi/maha 15,7% (29 orang), dan sangat tinggi/mahal 13,5% (25 orang).

Dari pernyataan tersebut dapat diperoleh data sebesar 70,8% mempunyai skor dibawah skor 3,5 (skor nol) dengan demikian bahwa dalam penentuan tarif kamar RS Panti Rapih terjangkau oleh subjek penelitian.

Hal ini didukung adanya tarif sangat menentukan perilaku konsumen dalam berobat, karena tidak semua masyarakat dapat menikmati jasa RS apabila tarif yang dikenakan RS itu terlalu tinggi. Tingginya tarif pelayanan RS dapat menimbulkan kesan bahwa fungsi sosial kemanusiaan nampaknya berubah menjadi fungsi sosial ekonomis, karena biaya nyata (real cost) penyelenggaraan RS tidak terjangkau oleh kebutuhan nyata (real need) pelayanan kesehatan bagi kebanyakan anggota masyarakat (Depkes RI, 1994). Oleh sebab itu penentu tarif merupakan faktor utama atau penentu untuk datangnya berobat dengan tarif yang sesuai dengan pengobatan. Selain itu semua rumah sakit juga mempunyai standar tarif, sehingga konsumen yang berobat dapat

mem bayar taif yang diperhitungkan sebelumnya. Begitu pula kenaikan tarif yang cukup tinggi sangat meresahkan konsumen kelas bawah dan membawa dampak bagi konsumen yang berobat kerumah sakit. Rumah sakit kini banyak dikunjungi konsumen karena tarifnya dapat dijangkau. Salah satu karakteristik keberhasilan rumah sakit adalah mengetahui karakteristik pelayanan rumah sakit Panti Rapih yang pahami setiap orang yang mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam pembinaan serta penyelenggaraan rumah sakit tersebut.

2. Minat Pasien Dalam Pembelian Ulang Jasa Rawat Inap

Berdasarkan minat pasien dalam pembelian ulang jasa rawat inap Rumah Sakit Panti Rapih menunjukkan secara umum 91,24% dari pernyataan yang diajukan setuju menggunakan pelayanan rumah sakit. Kecuali pada pernyataan nomor 9 bahwa RS Panti Rapih seiera dengan rumah sakit lainnya sebanyak 103 orang yang menyatakan tidak setuju. Hal ini sesuai dengan keadaan sekarang ini karena rumah sakit swasta lainnya juga bersaing merebut pangsa pasar dengan meningkatkan mutu pelayanannya.

Menurut Fishbein dan Ajzin (dalam Bentler dan Spekart, 1979) perilaku konsumen dipengaruhi oleh

sikap dan norma subjektif melalui pengaruhnya terhadap minat. Namun demikian sikap juga mempengaruhi langsung terhadap perilaku. Teori ini dimodifikasi dan di lengkapi Bentler dan spekart 1979, yaitu bahwa pengaruh masa lampau berpengaruh langsung terhadap perilaku mendatang. Jadi, minat seseorang untuk membeli dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif, tetapi minat untuk membeli kembali (rebuying) akan dipengaruhi oleh pengalaman yang lalu ketika membeli atau memakai produk yang sama.

3. Lingkungan Rumah Sakit

Berdasarkan dasar analisis 100% pernyataan subjek mempunyai skor positif yaitu diatas 3,5 (skor nol) dengan nilai variasi bergerak antara 3,85 sampai 4,32. Ini berarti lingkungan RS umumnya dinilai baik.

Hal ini didukung dalam usaha pendirian RS harus memperhatikan faktor lingkungan yang menunjang bagi konsumen. Untuk itu dituntut

Salah satu karakteristik •
keberhasilan rumah sakit •
adalah mengetahui karak- •
teristik pelayanan rumah •
sakit Panti Rapih yang •
pahami setiap orang yang •
mempunyai tugas dan •
tanggung jawab •

lingkungan RS yang sehat dan bersih serta nyaman agar konsumen yang menjalani rawat inap dan berobat jalan merasakan lingkungan RS Panti Rapih yang sehat dan terpelihara kebersihannya. Hal diatas sesuai dengan pendapat Sudibyo (1984) bahwa pendirian rumah sakit yang tidak kalah pentingna harus terpelihara dengan baik.

4. Fasilitas Rumah Sakit

Berdasarkan hasil analisis fasilitas rumah sakit menunjukkan 100% pernyataan dari subjek mempunyai skor positif yaitu diatas 3,5 (skor nol) dengan nilai variasi bergerak antara 4,03 sampai 4,16. Ini berarti fasilitas RS dinilai baik.

Hal ini didukung pendapat Damisworo (1990) bahwa perilaku individu (kelompok) dalam sebuah komunitas merupakan segenap tindakan yang dipengaruhi oleh bentuk uang dan fasilitas yang tersedia dan lengkap. Dapat disimpulkan fasilitas mempunyai hubungan dengan perilaku konsumen, dan perilaku konsumen tersebut dapat dijadikan oleh RS untuk mengembangkan RS Panti Rapih dengan fasilitasnya yang lebih baik dan lengkap.

5. Mutu Pelayanan Rumah Sakit

Berdasarkan mutu analisis rumah sakit menunjukkan 100% pernyataan dari subyek mempunyai skor positif yaitu diatas 3,5 (skor no) dengan nilai variasi

bergerak antara 3,87 sampai 4,23. Ini berarti mutu pelayanan RS Panti Rapih dinilai baik.

Hal ini didukung bahwa mutu pelayanan RS atau fasilitas kesehatan lain adalah produk dari interaksi dan ketergantungan yang rumit antara berbagai komponen atau aspek intuisi sebagai suatu sistem. Mengukur mutu pelayanan rumah sakit adalah secara tidak langsung dengan mengukur komponen atau aspek-aspek itu. Orang mengatakan mutu sebuah RS baik atau buruk berdasarkan pengalaman atau persepsi subyek. Apabila dinyatakan mengapa buruk atau baik, pasien akan mengacu pada salah satu aspek saja atau unsur saja yang paling berkenan baginya. (Yakobalis 1989)

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

- a. Tarif kamar bukan satu-satunya sebab perilaku untuk menggunakan jasa di RS Panti Rapih. Tarif kamar pengaruhnya dapat diabaikan karena sangat kecil. Hal ini disebabkan oleh beberapa kemungkinan antara lain:
 - i. Subyek penelitian beranggapan bahwa apabila menggunakan jasa dengan tarif yang sesuai akan mendapatkan fasilitas kepuasan yang memadai.
 - ii. Subyek penelitian dalam hal

ini lebih mengutamakan kepuasan dibanding tarif kamar. Oleh karena itu dengan kepuasan yang tinggi proses penyembuhan akan lebih cepat (yang penting lekas sembuh)

iii. Salah satu sifat dari jasa adalah tingkat variabilitasnya yang tinggi, dalam arti kata banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis.

b. Minat perilaku pasien dalam pembelian jasa rawat inap cukup besar diprediksikan keputusan mengambil keputusan jasa rawat inap di RS Panti Rapih. Minat pasien dalam pembelian ulang banyak dipengaruhi oleh kepuasan pasien.

c. Minat pembelian ulang jasa Panti Rapih secara umum sudah tinggi hal ini menunjukkan pasien yang mengalami rawat inap merupakan pasien yang potensial dalam pembelian ulang jasa RS Panti Rapih hal ini didukung oleh antara lain :

- i. Usia subyek
- ii. Pendidikan
- iii. Pekerjaan
- iv. Penghasilan
- v. Pengobatan yang ditanggung
- vi. Promosi rumah sakit.

2. Saran

a. Bagi Rumah Sakit Panti Rapih

- i. Meningkatkan kepuasan pasien dengan melengkapi fasilitas yang dirasakan masih kurang secara bertahap sesuai dengan kemampuan RS Panti Rapih.
- ii. Meningkatkan disiplin para pengunjung dan penunggu pasien mengenai tata tertib waktu berkunjung, membantu dalam menjaga kebersihan lingkungan dan menjaga keamanan.
- iii. Meningkatkan mutu dari pelaksana pemberi layanan terhadap disiplin kerja baik para dokter, para medis dan non medis

b. bagi Peneliti lain

- i. Penelitian lanjutan terutama tentang variabel-variabel yang mempengaruhi sikap pembelian ulang yang belum diteliti.
- ii. Secara berkala dan berkelanjutan diharapkan para peneliti yang akan meneliti RS PR melakukan penelitian terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dibandingkan hasilnya dari peneliti-peneliti yang terdahulu sehingga dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang perlu mendapatkan prioritas didalam penelitian selanjutnya di RS panti Rapih.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikusummo Supato, 1994. Manajemen Rumah Sakit, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Ajzen, I., Fishbein, M., 1980. Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour, England Clifss, N.J: Prentice Hall, 1990
- Bentler, P.M. and Speckart, G, 1979. Models of Attitude-Behavior Relations, Psychological Review, Vol 86, No 5, 452-464.
- Bennet, NB Silalahi, 1989. Manajemen Rumah Sakit, Lembaga Pengembangan Manajemen Indonesia, Jakarta.
- Bonfield, E, 1974. Attitudes, Social Influence, Personal Norm, and Intention Interaction as Related to Brand Purchase, Journal Marketing Research 11, 1974.
- David L. and Abert J. Della Bitta, 1985. Consumer Behavior Concept and Application. New York: Mc Graw Hill
- Damisworo, 1990. Kota Wadah Transformasi dan Wilayah Ekologi, Majalah Konstruksi, PT Trend Pembangunan.
- Departemen Kesehatan RI, 1994. Modul Pelatihan Rumah Sakit Pemerintah: Penerapan Tarif Rumah Sakit.
- Engel, F.J., Blacwell, D.R., and Miniard, W.T., 1992. Consumer Behavior, Dryden Press, Chicago.
- Gani, A., 1993. Aspek Ekonomi Pelayanan Kesehatan, Kumpulan Makalah Kongres Persi VI, Jakarta.
- Kotler, P., Andearsen, A., 1982. Marketing for Nonprofit Organization. Prentice-Hall, inc. Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, P., 1994. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian Edisi keenam. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., Clarke, R.N., 1987. Marketing for Health Care Organization. New Jersey, Prentice-Hall, Inc.
- Solita Sarwono., 1993. Forum Ilmu Kesehatan Masyarakat, Erlangga, Surabaya.
- Stanton, William., 1991. "Fundamentals of Marketing", 8 th edition New York: MC Graw-Hill Book Company
- Swastha, DH, Basu dan Handoko Hani, 1982. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Liberty, Yogyakarta.
- Yacobalis S., 1989. Menjadi Mutu Pelayanan Rumah Sakit, (Quality Assurance), Jakarta.