

Hubungan kepuasan pasien dengan tingkat minat beli ulang di pelayanan resep rawat jalan instalasi farmasi rs Mohammad Husni Thamrin Internasional Salemba tahun 2006

Denny Iqbal Yusuf, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20377396&lokasi=lokal>

Abstrak

Menghadapi pasar global, rumah sakit sebagai organisasi bisnis akan menghadapi persaingan bisnis yang bermuara pada masalah survival organisasi bisnis itu sendiri. Kemampuan beradaptasi merupakan modal organisasi RS supaya tidak terjebak dalam problematika survival. Rumah sakit berperan penting dalam memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu, adil, dan terjangkau kepada masyarakat untuk peningkatan derajat kesehatan. Dengan semakin gencarnya arus informasi, maka masyarakat akan semakin kritis terhadap pelayanan kesehatan yang tidak bermutu. Disamping itu ketatnya persaingan akan memaksa penyelenggara jasa pelayanan kesehatan mampu dan terus memperbaiki mutunya. Untuk menyikapinya RS perlu melakukan fungsi pemasaran yang berorientasi kepuasan pelanggan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berdasarkan perbandingan kesan antara kinerja produk atau jasa dengan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan sering dikaitkan dengan mutu pelayanan, dimana mutu pelayanan yang diberikan berkaitan dengan atribut-atribut dari rumah sakit itu sendiri dan nilai-nilai dari pelanggan. Manfaat kepuasan pelanggan dipelayanan RS yaitu pembelian ulang, meningkatkan promosi cerita positif, pasien yang puas cenderung tidak sensitif terhadap perubahan harga, dan kebal terhadap kompetitor. Karena hubungannya dengan profitabilitas, sudah seharusnya RS berinvestasi untuk asset kepuasan pelanggan.

Di Rumah Sakit Moh. Husni Thamrin, pendapatan operasional terbesar berasal dari pelayanan instalasi farmasi yaitu sebesar 35%. Kemudian terdapat estimasi resep rawat jalan yang ditebus rata-rata 9,5% selama tahun 2004 – 2005. Mengingat bahwa instalasi farmasi adalah revenue center yang penting, menjadi alasan penelitian akan lebih spesifik pada pelayanan resep rawat jalan instalasi farmasi.

Tujuan penelitian ini adalah mendapatkan gambaran kepuasan pasien atau pengantarnya di pelayanan resep rawat jalan instalasi farmasi Rumah Sakit Moh. Husni Thamrin Internasional Salemba tahun 2006 berdasarkan metoda ServQual dari Parasuraman, sehingga dapat diperoleh informasi faktor-faktor apa saja yang menyebabkan puas/tidak puas pasien dan dapat menyebabkan pasien menebus resep internal diluar. Serta diteliti juga mengenai minat beli ulang dipelayanan tersebut.

Desain penelitian ini adalah cross-sectional dengan analisis deskriptif dan dilakukan dengan kuesioner dengan cara survey terhadap 100 orang pengunjung pelayanan resep rawat jalan instalasi farmasi yang minimal pernah mengalami pelayanan tersebut sekali. Kuesioner mengenai kepuasan pasien menurut lima dimensi mutu ServQual oleh Parasuraman yaitu tangibles, reliability, assurance, responsiveness, dan empathy. Mengenai minat beli ulang dinilai menurut metoda Woodside yang dimodifikasi, terdiri dari 6 subvariabel yaitu kewajaran harga obat, pelayanan petugas, kondisi ruang tunggu, kelengkapan persediaan obat, lokasi farmasi, dan waktu tunggu. Selain itu dikumpulkan data-data karakteristik umum pasien yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji Chi Square ada hubungan antara kepuasan dan tingkat minat beli ulang ($p=0,026$), sehingga untuk meningkatkan pembelian resep internal dapat dilakukan dengan

memperbaiki mutu pelayanan untuk meningkatkan kepuasan. Selain itu karakteristik pasien yang berhubungan dengan kepuasan adalah pendidikan dan pendapatan. Jenis kelamin dan usia dalam penelitian ini tidak berhubungan dengan kepuasan.

Saran yang diusulkan yaitu untuk meningkatkan tingkat pembelian ulang dilakukan perbaikan atribut mutu yang fokusnya kepada meninjau kembali kebijakan harga obat, melengkapi persediaan obat yang diresepkan, melatih petugas untuk cepat tanggap, dan memperbaiki desain ruangan yang lebih bersih dan menarik. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan oleh rumah sakit sebagai salah satu strategi pemasaran.

.....

Facing the global market, hospital as an business organization must struggle in competition that makes the survival of hospital is important. The ability to adapt is important for hospital if don't want to be trapped on survival problems. Hospital have major role to provide health services that have quality, just, and affordable to increase public's health degree. With development in information sector, public will be more critical for the quality of health services. Beside that, the competition among health providers forcing them to always increase the quality of services. Hospital marketing with customer satisfaction oriented is important.

Satisfaction is a feeling of happy or disappointment based on perceived performance and expected performance of the products/services. Satisfaction usually linked to quality of services, which is the quality is based on attribute of service provider and value of perception from the customer. There are many benefits of customer satisfaction, in health care is: increase the rebuying intention, increase word of mouth, the satisfied customer usually not sensitive for price increase, and immune for other product/service influence. Because it is very well linked to profitability of health providers, it is important for Hospital to treat it as an asset and invest on it.

In Mohammad Husni Thamrin Hospital, the biggest income is come from pharmacy (35% of total income). And from pharmacy data, there are possibility 9.5% of internal drug receipt have been bought outside of the hospital. Because the pharmacy is one of most important revenue center in the hospital, this research specifically aimed for customer satisfaction at pharmacy's ambulatory service.

The research done to get the level of out-patient satisfaction at pharmacy's ambulatory service based on ServQual methods by Parasuraman. The information being searched about what attributes/factors that can cause customer dissatisfaction and cause customer to buy the drug receipt outside of hospital. And will be studied about connection between customer satisfaction and rebuying intention.

The research design is cross-sectional with descriptive analysis on 100 respondent that have been through the services process. The instrument is a questioner contain customer satisfaction based on five quality dimension by Parasuraman: tangibles, reliability, assurance, responsiveness, and empathy. For rebuying intention will be measured by modified Woodside methods, include 6 sub-variable about drug price, staff service, waiting room condition, drug availability, pharmacy location, and waiting time. Beside that, the customer characteristic data will be collected about sex, age, education, and income.

The result is from chi square test there are connection between customer satisfaction and rebuying intention ($p=0,026$), so to increase the internal drug receipt buying; hospital must increase the quality of service that oriented to customer satisfaction. The patient characteristic that have connection with satisfaction is education and income.

Pursuant to this research, it is suggested to increase customer rebuying intention, hospital must fix quality attribute and the focus is: rethinking about drug price based on competitor, increase drug availability,

training the staff about the speed of service, and to increase the room design about cleanliness and beauty. The result of this research is expected to provide MHTIS Hospital with data and information in developing the hospital service quality improvement and hospital marketing.