

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Mutu Pelayanan

Mutu pelayanan kesehatan sangat berkaitan erat dengan aspek kepuasan pelanggan. Makin sempurna kepuasan pelanggan terpenuhi maka, akan semakin baik pula mutu pelayanan kesehatan yang diberikan.

Secara umum mutu dikaitkan dengan suatu derajat keberhasilan atau penampilan yang patut mendapat pujian. Mutu suatu barang yang diproduksi mudah diketahui. Tidak begitu halnya dengan mutu suatu jasa, seperti pelayanan kesehatan. Disini persepsi mutu lebih rumit karena mutu adalah sesuatu yang abstrak.

Menurut Montgomery (1985), *Quality is the extent to which products meet the requirements of people who use them*. Artinya suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

Mutu adalah totalitas dari wujud serta ciri dari suatu barang/jasa yang didalamnya terkandung sekaligus pemenuhan rasa aman atau pemenuhan kebutuhan para pengguna. Mutu adalah kepatuhan terhadap standar yang telah ditetapkan (Crosby,1984).

Dalam kehidupan sehari-hari melakukan penilaian terhadap mutu pelayanan tidaklah mudah, karena mutu pelayanan bersifat multi-dimensional. Tiap orang tergantung dari latar belakang dan kepentingan masing-masing, dapat melakukan penilaian dari dimensi yang berbeda-beda. Faktor kepuasan pelanggan mempengaruhi penilaian terhadap mutu pelayanan kesehatan (Herlialita, 2004).

## 2.2 Pengertian Jasa/Pelayanan

*American Marketing Assosiation (1981-441) mendefinisikan jasa sebagai sebagai berikut: "Services are those separately identifiable, essential intangibel activities which provide want satisfaction and that is not necessarily tied to the sales of a product or another service. To product a service may or may not required, there is no transfer of little (permanent ownership) to these tangible goods.*

Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

Definisi jasa menurut Phillip Kotler (1994: 464) seperti dikutip oleh Supranto (1997), adalah: *"Service is any act or performance that one party can offer to another that essentially intangible and does not result in the ownership of anything, its production may or may not be tied to physical product.*

### 2.3 S.E.R.V.I.C.E

Atep Adya Barata (2003), menguraikan kata "Service" pada pelayanan prima menjadi:

*Self Awareness* : Menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar mampu memberikan pelayanan dengan benar.

*Enthusiasm* : Melaksanakan pelayanan dengan penuh gairah.

*Reform* : Memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.

*Value* : Memberikan pelayanan yang memberikan nilai tambah.

*Impressive* : Menampilkan diri secara menarik, tetapi tidak berlebihan.

*Care* : Memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan secara optimal.

*Evaluation* : Mengevaluasi pelaksanaan pelayanan yang sudah diberikan.

Sedangkan menurut pendapat Catherine DeVyre (1997) yang mengolah kata *service* untuk dikaitkan dengan langkah-langkah strategis untuk menuju kesuksesan, yang disebut dengan "Tujuh strategi sederhana menuju sukses".

Makna istilah *service* adalah:

<i>Self esteem</i>	: Memberi nilai pada diri sendiri.
<i>Exceed expectation</i>	: Melampaui yang diharapkan konsumen.
<i>Recover</i>	: Visi
<i>Vision</i>	: Melakukan peningkatan.
<i>Care</i>	: Memberi perhatian.
<i>Empower</i>	: Memberikan pemberdayaan.

#### 2.4 Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan sangat bersifat subyektif, sehingga sulit sekali untuk mengukurnya. Namun walaupun demikian, tentu saja kita harus tetap berupaya memberikan perhatian kepada pelanggan (*customer care*) dengan segala daya, sehingga paling tidak kita dapat memberikan layanan terbaik, yang dimulai dari mestandardkan kualitas barang atau jasa sampai dengan pelaksanaan penyerahannya pada saat berhubungan langsung dengan pelanggan, dengan standar yang diperkirakan dapat menimbulkan kepuasan yang paling optimal bagi pelanggan.

Menurut Atep Adya Barata (2003), tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan itu biasanya sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang dan atau jasa yang mereka nikmati.

Wilkie (1990) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah sebagai salah satu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumen suatu produk atau jasa.

Kotler (1994) mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja atau hasil akhir, produk dalam hubungannya dengan harapan orang-orang.

Day (dalam Tse dan Wilton, 1998, p.204) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah merespon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Masih mengenai definisi kepuasan pelanggan, menurut Engel, et al. (1990, p.545) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Dan kepuasan pelanggan menurut Oka A. Yoeti, kepuasan pelanggan tidak berarti memberikan kepada pelanggan, apa yang diperkirakan disukai oleh pelanggan. Ini berarti kita harus memberikan kepada mereka apa yang sebenarnya mereka inginkan (*want*), kapan (*when*), dan cara mereka memperolehnya (*the way they want it*).

Dari definisi-definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pengertian ini didasarkan pada *disconfirmation* paradigma dari Oliver (dalam Engel, et al., 1990, pp.545-547).

Pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

## 2.5 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Suatu strategi (cara) perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan pelayanan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Berdasarkan hasil sintesis terhadap berbagai riset yang telah dilakukan, Gronroos (1990) dalam Tjiptono (2005) mengemukakan 6 kriteria kualitas jasa yang dipersepsikan baik, yakni sebagai berikut :

1. *Professionalisme and skills*. Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional.
2. *Attitudes and behavior*. Pelanggan merasa bahwa karyawan menaruh harapan besar pada pelanggan dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah.
3. *Accessibility and flexibility*. Penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu,

juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes.

4. *Reliability & Trustworthiness*. Pelanggan bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam memenuhi janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan.
5. *Recovery*. Bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak dapat diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat.
6. *Reputation and Credibility*. Operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai/imbalan sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

Menurut Oka A. Yoeti, ada 3 tingkatan kepuasan pelanggan. *Pertama*, menemukan kebutuhan pokok pelanggan (*the basic needs of the customer*). *Kedua*, mencari tahu apa yang sebenarnya menjadi harapan dari pelanggan, sehingga mereka mau kembali datang pada kita?. *Ketiga*, selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan, lakukan melebihi seperti apa yang diharapkan pelanggan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985), cara pengukuran kepuasan pelanggan terdiri atas: tangibles, realibility, responsiveness, assurance, dan empathy. Kelima dimensi diatas sering dikenal dengan “SERVQUAL” (*Service Quality*):

### 1) *Tangibles*

Dimensi ini mencakup kondisi fisik kualitas, peralatan, serta penampilan pekerja. Karena jasa tidak dapat diamati secara langsung, maka pelanggan sering berpedoman pada kondisi yang terlihat mengenai jasa dalam melakukan evaluasi.

### 2) *Realibility*

Dimensi ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan andal, dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memenuhi janjinya.

### 3) *Responsiveness*

Dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat; selalu memperoleh definisi yang tepat dan segera mengenai pelanggan. Dimensi ketanggapan ini merefleksikan komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanannya tepat pada waktunya. Dimensi ini berkaitan dengan keinginan dan/atau kesiapan pekerja untuk melayani.

### 4) *Assurance*

Dimensi ini terdiri dari 4 (empat) hal, yaitu:

#### a. *Competency*

Hal ini mencakup kepemilikan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan.



*b. Courtesy*

Hal ini mencakup kesopanan, rasa hormat, perhatian, dan keramahan pelayan.

*c. Credibility*

Hal ini mencakup kepercayaan terhadap dan kejujuran dari si pemberi jasa.

*d. Security*

Hal yang mencakup kebebasan dari bahaya, resiko, atau keraguan.

*5) Empathy*

Dimensi ini terdiri dari 3 (tiga) hal, yaitu:

- a. Akses (kemudahan untuk dihubungi dan ditemui, kemudahan dalam menjalani relasi/hubungan).
- b. Komunikasi (memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat dipahami, mendengarkan saran, dan keluhan)
- c. Kemampuan memahami pelanggan (sikap penuh perhatian dan berupaya memahami pelayanan dan kebutuhan pelanggan).

Sedangkan pengukuran kepuasan pelanggan menurut Kennedy dan Young (1989). Terdiri beberapa dimensi, antara lain:

*a. Availability of support*

Yaitu derajat pelanggan dapat menghubungi penghasil jasa.

*b. Responsiveness support*

Yaitu derajat pemberi jasa bereaksi secara tepat terhadap kebutuhan pelanggan.

*c. Timeliness of support*

Yaitu derajat penyelesaian pekerjaan dalam kerangka waktu yang dinyatakan pelanggan dan/atau dalam kerangka waktu yang telah disepakati.

*d. Completeness of support*

Yaitu derajat penyelesaian secara keseluruhan pekerjaan.

*e. Pleasantness of support*

Yaitu derajat pemberi jasa berperilaku secara profesional dan menggunakan cara professional sewaktu bekerja.

Menurut Montgomery, manfaat dari pengukuran aspek kepuasan pelanggan bagi pemimpin, yaitu:

- 1) Mengetahui dengan baik bagaimana jalannya atau bekerjanya proses bisnis.
- 2) Mengetahui di mana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus-menerus untuk memuaskan pelanggan, terutama untuk hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan.
- 3) Menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarah ke perbaikan (*improvement*).

## 2.6 Keluhan Pelanggan

Pelanggan yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan tentu saja akan kecewa. Kekecewaan tersebut dapat berupa keluhan. Keluhan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan atau organisasi untuk mengukur sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memuaskan para pelanggannya. Semakin tidak puas seorang pelanggan dengan pelayanan yang diberikan, maka akan semakin banyak pula keluhan yang akan disampaikan.

Tingkat reaksi pelanggan dalam menyampaikan keluhan:

- a. Pelanggan langsung mengatakan kepada penyedia jasa mengenai keluhannya.
- b. Pelanggan mengatakan keluhannya kepada orang lain di luar penyedia jasa.
- c. Pelanggan memberitahu pada pihak ketiga seperti pengacara atau media massa mengenai keluhannya terhadap suatu pelayanan.

Untuk menghindari pelanggan yang menyampaikan keluhannya kepada pihak lain di luar penyedia jasa untuk menghadapinya. Berikut cara-cara yang dianggap tepat untuk menghadapi keluhan pelanggan secara personal, antara lain:

- a. Berterima kasih atas masukan dari pelanggan.
- b. Berani mengakui bila memang ternyata benar ada kesalahan dari pihak penyedia jasa.
- c. Meminta maaf jika diperlukan.
- d. Berjanji untuk memperbaiki kesalahan yang menyebabkan keluhan tersebut dan melaksanakan perbaikan secepatnya.

- e. Mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk perbaikan.
- f. Memonitor kemajuan perbaikan tersebut dan meminta masukan kembali kepada pelanggan (Barlow, 1996).

Kotler menyatakan, ada beberapa metode dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi berpusat pada pelanggan (*customer centered*) akan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan keluhan dan sarannya, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, *customer hot lines* dan lain-lain. Informasi-informasi ini intinya akan berguna bagi organisasi dan memungkinkan organisasi untuk bereaksi dengan cepat dan tepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost shopping*

Adalah salah satu cara untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan pelanggan dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan hasil temuannya. Biasanya berupa kekuatan dan kelemahan suatu produk yang ada.

3. *Lost customer analysis*

Adalah organisasi seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau pindah untuk mengetahui kenapa hal tersebut bisa terjadi.

## 2.7 Harapan Pelanggan

Apakah harapan utama seorang pelanggan? Jawaban yang paling banyak dikemukakan orang-orang adalah memperoleh kepuasan dengan pengorbanan yang sebanding. Harapan pelanggan menurut "Atep Adya Barata" dalam bukunya yang berjudul dasar-dasar pelayanan prima dibedakan menjadi:

### a. Harapan pelanggan internal

Harapan pelanggan internal dapat terwujud jika elemen-elemen dibawah ini dapat terwujud:

#### 1) Kebersamaan dan kerjasama

Prinsip kebersamaan dan kerjasama adalah modal utama untuk menunjang kelangsungan organisasi/perusahaan. Mereka menyadari benar bahwa jika mereka mampu mempertahankan kelangsungan organisasi/perusahaan, berarti akan menjaga kesinambungan dalam memperoleh penghasilan bagi semua pihak.

#### 2) Struktur, sistem, dan prosedur kerja yang efisien

Pegawai atau karyawan mengharapkan adanya struktur organisasi, sistem, dan prosedur kerja yang jelas dan mudah dilaksanakan. Hal ini diperlukan untuk menunjang efisiensi kerja sehingga mereka dapat mengarahkan potensi yang ada pada mereka secara optimal. Jadi, berkaitan dengan fasilitas kemudahan kerja.

### 3) Kualitas kerja

Pegawai atau karyawan menginginkan adanya fasilitas yang memadai agar mereka mampu mencapai kualitas kerja yang baik sebagaimana yang diharapkan, sehingga kelancaran produksi barang atau jasa dapat terjamin, dan pada akhirnya perusahaan/organisasi akan mampu mencapai tujuan yang optimal.

### 4) Hubungan kerja

Pegawai atau karyawan sangat mendambakan adanya hubungan kerja yang harmonis, kejelasan keterikatan kerja, kejelasan skema, dan waktu estafet kerja dalam hal pekerjaan harus diselesaikan secara berjenjang, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara mudah dan tepat waktu sesuai dengan standar yang ada. Dengan adanya kepastian kerja dan penentuan hubungan kerja yang jelas, masing-masing akan mengetahui batas kewenangan dan tanggung jawabnya.

### 5) Imbalan

Imbalan prestasi, baik yang berbentuk gaji atau upah, dan insentif tambahan lainnya baik yang berbentuk bonus, gratifikasi, dan tatiem merupakan penghargaan atas prestasi kerja bagi orang-orang yang bekerja pada organisasi/perusahaan.

b. Harapan pelanggan eksternal

- 1) Kemudahan dalam memperoleh barang dan atau jasa (*easy to get*).
- 2) Persyaratan kualitas barang atau jasa (*quality and reliability*)
- 3) Harga yang kompetitif (*competitive price*)
- 4) Cara pelayanan yang cepat, tepat, dan ramah (*best service*)
- 5) Layanan purna jual sebagai jaminan dan tanggung jawab (*after sales service*).

Faktor-faktor yang membuat pelanggan berharap dapat dilayani dengan baik adalah:

- a. Rekomendasi dari orang lain (*Word-of Mouth Communication*).
- b. Karakteristik masing-masing individu dan situasi kondisi pada saat itu.
- c. Pengalaman pelanggan dengan pelayanan di tempat lain. Semakin banyak pengalaman mereka, maka tingkat penghargaan mereka untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya makin tinggi.
- d. Komunikasi eksternal, misalnya: iklan (Parasuraman, 1990).

Satu-satunya yang bisa menilai baik buruknya suatu pelayanan adalah hanya pelanggan, karena menyangkut pencapaian harapan bagi mereka (Parasuraman, 1990).

## 2.8 Mengevaluasi Pelayanan

Bila kinerja pelayanan dikaitkan dengan harapan (*expectation*) dan kepuasan (*satisfaction*), maka gambarannya adalah sebagai berikut :

a. Kinerja < Harapan (*Performance < Ekspectation*)

Bila kinerja layanan menunjukkan keadaan di bawah harapan pelanggan, maka pelayanan kepada pelanggan dapat dianggap tidak memuaskan.

b. Kinerja = Harapan (*Performance = Ekspectation*)

Bila kinerja layanan menunjukkan sama atau sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka pelayanan dianggap memuaskan, tetapi tingkat kepuasannya adalah minimal karena pada keadaan seperti ini dapat dianggap belum ada istimewa layanan. Jadi pelayanan dianggap biasa atau wajar-wajar saja.

c. Kinerja > Harapan (*Performance > Ekspectation*)

Bila kinerja layanan menunjukkan lebih dari yang diharapkan pelanggan, maka pelayanan dianggap istimewa atau sangat memuaskan karena pelayanan yang diberikan ada pada tahap optimal.

## 2.9 Standar Kepuasan

Dalam menentukan standar kepuasan, pihak perusahaan pembuatan produk atau membentuk jasa hanya akan mampu memperkirakan, mereka-reka, dan mencoba mengarahkan produk atau jasanya ke arah kepuasan konsumen



berdasarkan tanggapan pelanggan di masa lalu yang didapat dari hasil riset/penelitian.

Pelaksanaan penelitian kepuasan pelanggan biasanya ditunjukan untuk meneliti tingkat kepuasan pelanggan, antara lain:

- a. Mengukur kepuasan pelanggan atas kemudahan didapatnya barang atau jasa (menyangkut kelancaran distribusi atau penyebaran);
- b. Mengukur kepuasan pelanggan melalui kualitas barang atau jasa;
- c. Mengukur kepuasan pelanggan melalui nilai barang atau jasa;
- d. Mengukur kepuasan berdasarkan keyakinan pelanggan atas produk yang digunakan dengan produk lainnya.

## **2.10 Kegagalan Penyampaian Jasa**

Ada 5 (lima) gap atau kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, dalam rangka memberikan kualitas jasa yang tertinggi kepada konsumennya menurut Pasuraman, et al. (Heri Syafrizal, 2005):

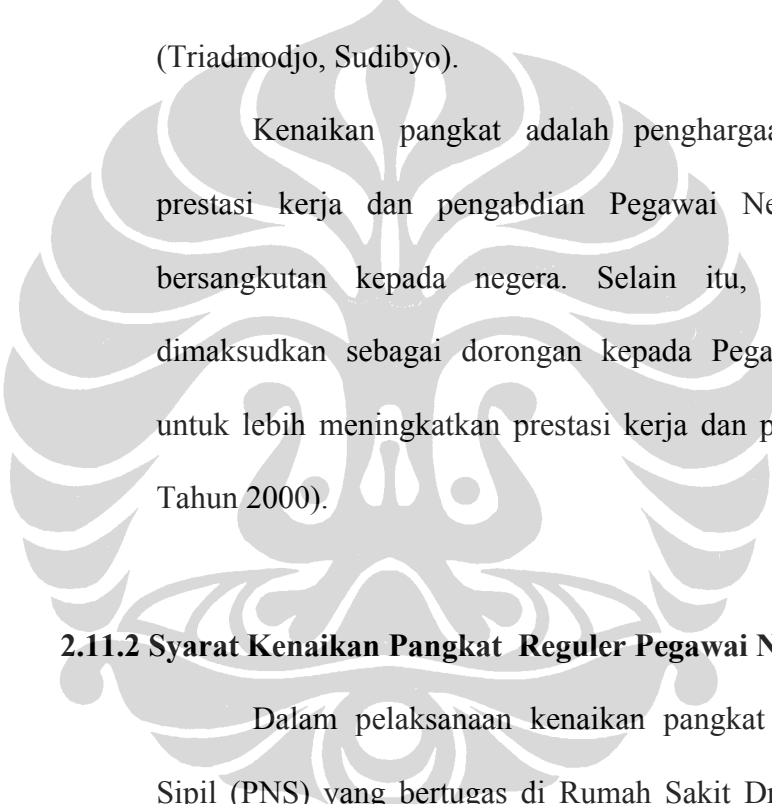
1. Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen tidak selalu dapat mengetahui/memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan, sehingga memberikan suatu pelayanan yang menurut konsumen hal itu tidak begitu penting bagi mereka.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan jasa (*standards gap*). Hal ini mungkin manajemen

mampu memahami secara tepat keinginan pelanggan tetapi tidak menetapkan suatu set standar kinerja yang jelas/spesifik.

3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*delivery gap*). Bisa disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya karyawan kurang terlatih (belum menguasai tugasnya), beban kerja terlampau berlebihan, standar kinerja tidak dapat dipenuhi oleh karyawan atau bahkan karyawan tidak bersedia memenuhi standar kerja yang ditetapkan. Selain itu, mungkin karyawan dihadapkan pada standar yang kadang kala bertentangan satu sama lain.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (*communications gap*). Seringkali harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan/janji/slogan yang dibuat perusahaan. Risikonya harapan pelanggan bisa membumbung tinggi dan sulit dipenuhi, terutama jika perusahaan memberikan janji yang muluk-muluk. Sehingga terdapat ketidakcocokan dengan yang dijanjikan pada waktu mereka menggunakan jasa tersebut, maka komunikasi eksternal yang disampaikan itu telah mendistorsi harapa pelanggan.
5. Kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan/dialami dan jasa yang diharapkan (*service gap*). Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/persepsi perusahaan dengan cara/ukuran yang berbeda, atau bisa juga mereka keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

## **2.11 Kenaikan Pangkat Reguler Pegawai Negeri Sipil (PNS)**

### **2.11.1 Definisi Kenaikan Pangkat Reguler Pegawai Negeri Sipil (PNS)**

Yang dimaksud dengan kenaikan pangkat adalah kedudukan yang menunjukkan tingkat seseorang Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam rangkaian susunan kepegawaian dan digunakan sebagai dasar penggajian (Triadmodjo, Sudiby).  


Kenaikan pangkat adalah penghargaan yang diberikan atas prestasi kerja dan pengabdian Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang bersangkutan kepada negara. Selain itu, kenaikan pangkat juga dimaksudkan sebagai dorongan kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) untuk lebih meningkatkan prestasi kerja dan pengabdiannya (PP No.99 Tahun 2000).

### **2.11.2 Syarat Kenaikan Pangkat Reguler Pegawai Negeri Sipil (PNS)**

Dalam pelaksanaan kenaikan pangkat reguler Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang bertugas di Rumah Sakit Dr.H.Marzoeki Mahdi baik medis maupun non medis, ada beberapa syarat administratif yang wajib dipenuhi oleh pegawai yang bersangkutan. Berkas kelengkapan tersebut adalah:

- a. SK Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS).
- b. SK Pegawai Negeri Sipil (PNS).
- c. SK Terakhir.

- d. Kartu Pegawai.
- e. Daftar Penilaian Pelaksanaan Pekerjaan (DP3 2 tahun terakhir baik atau minimal cukup).
- f. Ijazah pendidikan terakhir.

### **2.11.3 Dasar Hukum Kenaikan Pangkat Pegawai Negeri Sipil (PNS)**

Mengenai kepangkatan ini peraturan dasarnya terdapat dalam:

- a. Undang-undang No.43 Tahun 1999 tentang pokok-pokok kepegawaian, dimana dalam Pasal 17 antara lain menyebutkan:
  - 1) Pegawai Negeri Sipil (PNS) diangkat dalam pangkat dan jabatan tertentu.
  - 2) Pengangkatan pegawai negeri sipil dalam suatu jabatan dilaksanakan berdasarkan prinsip profesionalisme sesuai dengan kompetisi, prestasi kerja, dan jenjang pangkat yang ditetapkan untuk jabatan itu serta syarat obyektif lainnya tanpa membedakan jenis kelamin, suku, agama, ras, atau golongan.
  - 3) Pengangkatan Pegawai negeri Sipil dalam pangkat awal ditetapkan berdasarkan tingkat pendidikan formal.
- b. Undang-undang No.8 Tahun 1974 Pasal 18, adalah sebagai berikut:
  - 1) Pemberian kenaikan pangkat dilaksanakan berdasarkan system kenaikan pangkat reguler dan kenaikan pangkat pilihan.

- 2) Setiap Pegawai Negeri Sipil yang memenuhi syarat-syarat yang ditentukan, berhak atas kenaikan pangkat reguler.
- 3) Pemberian kenaikan pangkat pilihan adalah penghargaan atas prestasi kerja Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang bersangkutan.
- 4) Syarat-syarat kenaikan pangkat reguler adalah prestasi kerja, kesetiaan, pengabdian, pengalaman, dan syarat-syarat objektif lainnya.
- 5) Kenaikan pangkat pilihan, disamping harus memenuhi syarat-syarat yang dimaksud dalam ayat (4) pasal ini, harus pula didasarkan atas jabatan yang dipangkunya dengan memperhatikan daftar urutan kepangkatan.
- 6) Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang tewas diberikan kenaikan pangkat setingkat lebih tinggi secara anumerta.

c. Peraturan Pemerintah Nomor 99 Tahun 2000, tentang kenaikan Pangkat Pegawai Negeri Sipil.

- 1) Pasal 4: "Periode kenaikan pangkat Pegawai Negeri Sipil (PNS) ditetapkan pada tanggal 1 April dan 1 Oktober setiap tahun, kecuali ditentukan lain dalam peraturan pemerintah.
- 2) Pasal 6: (1) Kenaikan pangkat reguler diberika kepada pegawai negeri sipil termasuk pegawai negeri sipil yang:

- a. Melaksanakan tugas belajar dan sebelumnya tidak menduduki jabatan struktural atau jabatan fungsional tertentu.
- b. Dipekerjakan atau diperbantukan secara penuh di luar instansi induk dan tidak menduduki jabatan pimpinan yang telah ditetapkan persamaannya atau jabatan fungsional tertentu.

3) Pasal 7: Kenaikan pangkat reguler sebagaimana dimaksudkan dalam pasal 6, dapat diberikan setingkat lebih tinggi apabila:

- a. Sekurang-kurangnya telah 4 (empat) tahun dalam pangkat terakhir.
- b. Setiap unsur penilaian prestasi kerja sekurang-kurangnya bernilai baik dalam 2 (dua) terakhir.

## **2.12 Kenaikan Gaji Berkala Pegawai Negeri Sipil (PNS)**

### **2.12.1 Definisi Kenaikan Gaji Berkala Pegawai Negeri Sipil (PNS)**

Menurut undang-undang No. 8 Tahun 1974 pasal 7, gaji adalah sebagai balas jasa atau penghargaan atas hasil kerja seseorang.

Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Dalam suatu organisasi masalah kompensasi merupakan suatu hal yang sangat kompleks, namun paling

penting bagi karyawan maupun organisasi itu sendiri. Pemberian kompensasi kepada karyawan harus mempunyai dasar yang logis dan rasional (Soekidjo, Notoatmodjo).

### **2.12.2 Syarat Kenaikan Gaji Berkala Pegawai Negeri Sipil (PNS)**

Adapun berkas yang diperlukan guna pelaksanaan kenaikan gaji berkala bagi pegawai negeri sipil yang berada di lingkungan Rumah Sakit Dr.H. Marzoeki Mahdi, antara lain:

- a. SK CPNS
- b. SK PNS
- c. SK terakhir
- d. Kartu Pegawai
- e. DP 3 (2 tahun terakhir dengan catatan mendapatkan nilai baik).

### **2.12.3 Dasar Hukum Kenaikan Gaji Berkala Pegawai Negeri Sipil (PNS)**

Dasar hukum untuk pelaksanaan kenaikan gaji berkala pegawai negeri sipil adalah:

- a. Undang-undang No. 43 Tahun 1999, pasal 7.
  - 1) Setiap Pegawai Negeri Sipil berhak memperoleh gaji yang adil dan layak sesuai dengan beban pekerjaan dan tanggung jawabnya.

- 2) Gaji yang diterima oleh Pegawai Negeri harus mampu memacu produktifitas dan menjamin kesejahteraan.
- 3) Gaji Pegawai Negeri Sipil yang adil dan layak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), ditetapkan dengan peraturan daerah.

b. Keputusan Presiden RI Nomor 17 Tahun 2000 Tentang Pelaksanaan Anggaran Pendapatan dan belanja Negara. Pasal 27, yaitu:

- 1) Rincian kenaikan gaji berkala dilakukan dengan surat pemberitahuan oleh kepala kantor/satuan kerja setempat atas nama pejabat yang berwenang.
- 2) Pemberian gaji berkala tidak dapat berlaku surut lebih dari 2 (dua) tahun.
- 3) Penundaan kenaikan gaji berkala ditetapkan dengan surat keputusan oleh pejabat yang berwenang sebagaimana dimaksud dalam pasal 26 ayat (6).

## **2.13 Pengajuan Cuti Tahunan**

### **2.13.1 Definisi dan Macam Cuti Pegawai Negeri Sipil (PNS)**

Menurut pasal 8 Undang-undang No.8 Tahun 1974, cuti adalah tidak masuk kerja dengan izin dalam jangka waktu tertentu, dalam rangka usaha untuk menjamin kesegaran jasmani dan rohani.



### 2.13.2 Syarat Permohonan Cuti Tahunan Pegawai Negeri Sipil (PNS)

Syarat yang harus dipenuhi oleh seorang pegawai negeri sipil yang akan mengajukan permohonan cuti tahunan, antara lain:

- a. Telah bekerja sekurang-kurangnya 1 tahun secara terus-menerus berhak atau cuti tahunan selama 12 hari kerja, pelaksanaan cuti ini tidak dapat dipecah-pecah dengan jangka waktu 3 hari, dan andaikata cuti ini akan dijalankan di tempat lain yang sulit perhubungannya jangka waktu cuti ditambah paling lama 14 hari.
- b. Surat permohonan cuti dari pegawai yang bersangkutan yang telah disetujui oleh kepala ruangan tempat bertugas.

### 2.13.3 Dasar Hukum Cuti Pegawai Negeri Sipil (PNS)

Undang-undang No. 8 Tahun 1974 Pasal 8, yaitu: “Setiap pegawai negeri berhak atas cuti”.

## 2.14 Kuesioner

Menurut Notoatmodjo (2002), kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data suatu penelitian, yang dilakukan dengan mengedarkan suatu daftar pertanyaan yang berupa formulir, diajukan secara tertulis (responden sendiri yang mengisi) atau ditanyakan secara lisan kepada responden melalui wawancara (ini berarti yang mengisi kuesioner adalah *interviewer* berdasarkan jawaban lisan responden) untuk dapatkan tanggapan, informasi, jawaban, dan lain-lain.

Mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangat perlu walaupun tidak semudah mengukur berat atau tinggi badan pelanggan tersebut. Alat yang dipergunakan untuk mengukur tingkat kepuasan ialah daftar pertanyaan (*quesioner*). Data yang diperoleh berupa jawaban dari para pelanggan terhadap pertanyaan yang diajukan seperti: saya sangat puas (5), puas (4), netral (3), tidak puas (2), atau sangat tidak puas (1) terhadap sebuah pelayanan jasa. Pertanyaan kepuasan pelanggan ditempuh dalam 4 (empat) tahap, yaitu:

- a. Menentukan pertanyaan (butir) yang akan dipergunakan dalam daftar pertanyaan.
- b. Memilih bentuk jawaban (response format).
- c. Menulis introduksi/pengenalan pada daftar pertanyaan.
- d. Menentukan isi akhir (final) daftar pertanyaan (memilih beberapa butir yang pokok diantara sekian banyak butir kepuasan yang akan dijadikan ukuran tingkat kepuasan).

Tidaklah mudah untuk menulis butir-butir kepuasan dalam daftar pertanyaan. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan di dalam memilih butir-butir yang baik.

- a. Butir-butir harus relevan atau terkait dengan apa yang kita ukur, memperkirakan kebutuhan para pelanggan yang telah ditentukan dalam proses. Butir-butir yang tidak terlihat/tampak mengukur sesuatu yang relevan pada jasa atau produk akan membingungkan responden, khususnya jika

instruksi menunjukkan daftar pertanyaan dirancang untuk memperkirakan mutu barang atau jasa.

b. Butir-butir harus ringkas (*consise*)

Butir-butir yang terlalu panjang menyebabkan daftar pertanyaan menjadi panjang dan sukar dibaca. Hilangkan kata-kata yang berlebihan.

c. Butir-butir tidak boleh membingungkan (*unambiguous*)

Harus diusahakan agar responden dapat mengerti secara tepat apa yang ditanyakan oleh suatu butir tertentu. Harus dicoba menghindari butir yang tidak jelas (*vague and imprecise*).

d. Butir-butir yang bagus hanya memuat satu pemikiran (*one thought*)

Setiap butir hanya menanyakan satu pertanyaan. Apabila suatu butir menanyakan lebih dari satu pertanyaan, responden mungkin bingung kalau dia akan menjawab bagian yang satu secara positif sedangkan lainnya secara negatif.

e. Butir yang baik tidak memuat dua hal yang negatif (*double negative*)

Secara singkat, menurut J. Supranto, M.A pertanyaan kuesioner yang baik harus relevan, singkat, tidak membingungkan, memuat satu pemikiran, dan tidak memuat “*double negative*”. Butir-butir kepuasan dengan ciri-ciri ini akan memudahkan responden dan untuk memberikan jawaban yang tepat. Butir-butir tersebut akan menghasilkan daftar pertanyaan yang mudah dibaca dan lengkap.

## **BAB III**

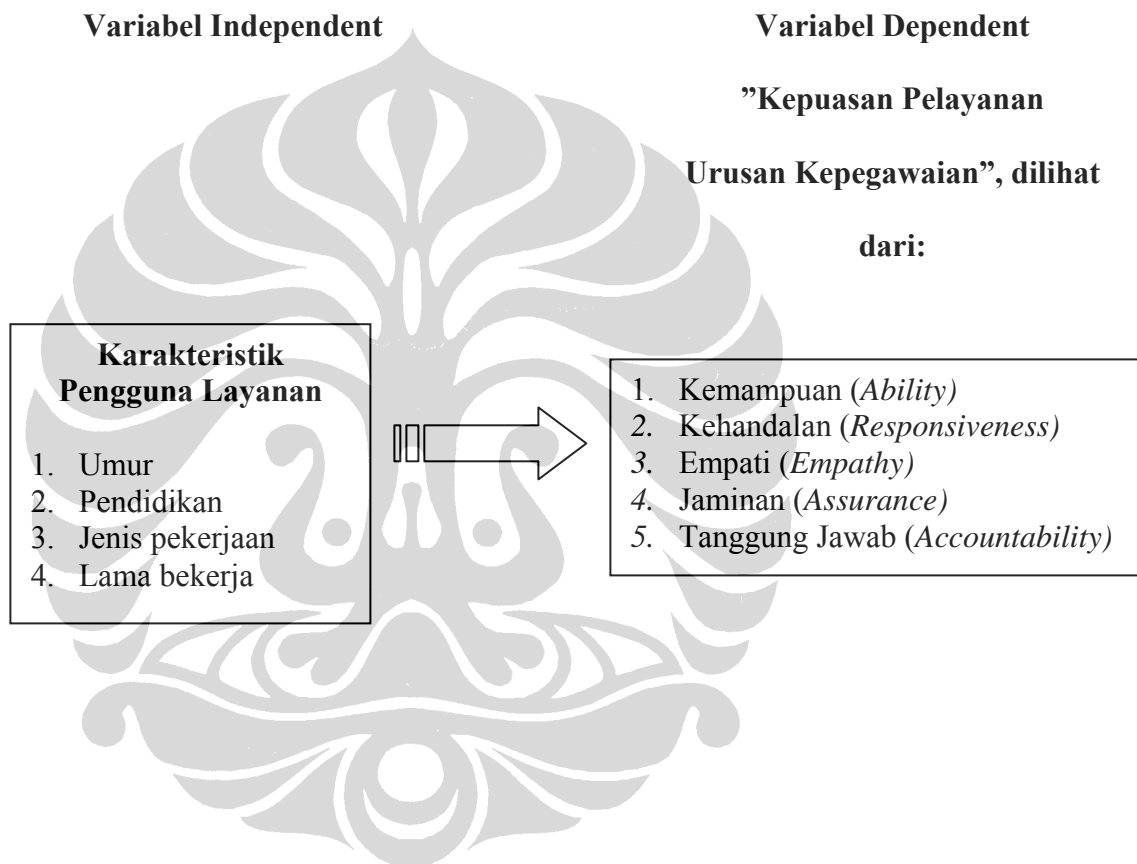
### **KERANGKA KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL**

#### **3.1 Kerangka Konsep**

Untuk memudahkan penulis dalam proses penelitian mengenai "analisis kepuasan terhadap pelayanan urusan kepegawaian di RS Dr.H. Marzoeki Mahdi Bogor Tahun 2008", maka penulis menuangkan pemikirannya dalam kerangka konsep dibawah ini, didapatkan dari gabungan teori dimensi pengukuran kepuasan Parasuraman (1988) dan Atep Adya Barata (2003).

**Gambar : 1**

**Kerangka Konsep Penelitian Analisis Kepuasan Terhadap Pelayanan Urusan  
Kepegawaian RS Dr.H. Marzoeqi Mahdi Bogor Tahun 2008**



## 3.2 Definisi Operasional

### 3.2.1 Variabel Independent

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
1.	Umur	Adalah usia pegawai pada saat dilahirkan sampai ulang tahun terakhir.	Alat ukur kuesioner Cara ukur sebar kuesioner Skala ukur ordinal. Hasil ukur: 1. 25-29 tahun. 2. 30-34 tahun. 3. 35-39 tahun. 4. $\geq 40$ tahun.
2.	Pendidikan	Adalah pendidikan formal terakhir yang pernah diikuti oleh responden.  Dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan responden: 1. Sekolah Dasar (SD). 2. Sekolah Menengah Pertama (SMP). 3. Sekolah Menengah Atas (SMA). 4. Akademi/Diploma (D3).	Alat ukur kuesioner Cara ukur sebar kuesioner. Skala ukur ordinal Hasil ukur: 1. Pendidikan Rendah (SD, SMP, SMU). 2. Pendidikan Tinggi (DIII, S1, S2, dan S3).

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
		5. Kesarjanaan (S1, S2, S3). Selanjutnya dikelompokkan menjadi 2 kategori, yaitu: 1. Pendidikan rendah & menengah (terdiri dari: SD, SMP, dan SMA). 2. Pendidikan Tinggi (terdiri dari: Perguruan Tinggi baik D3, S1, dst).	
3.	Jenis Pekerjaan	Adalah pekerjaan yang dilakukan oleh petugas dan menjadi tanggung jawabnya sehari-hari.	Alat ukur kuesioner. Cara ukur sebar kuesioner. Skala ukur ordinal. Hasil ukur: 1. Medis. 2. Paramedis. 3. Non Medis.
4.	Lama Bekerja	Adalah jarak waktu dari mulai bekerja sampai pada saat penelitian dilakukan.	Alat ukur kuesioner. Cara ukur sebar kuesioner. Skala ukur: Ordinal. Hasil ukur: 1. $\geq 10$ Tahun. 2. $\leq 10$ Tahun.

### 3.2.2 Variabel Dependent

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
1.	Kemampuan ( <i>Ability</i> )	Kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat, andal, dan memuaskan.	<p>Alat ukur kuesioner dan panduan wawancara.</p> <p>Cara ukur sebar kuesioner dan wawancara mendalam.</p> <p>Kepuasan pelayanan urusan kepegawaian pada aspek kemampuan (<i>ability</i>) petugas, diukur dengan 5 pertanyaan pada kuesioner dan 4 pertanyaan pada panduan wawancara mendalam.</p> <p>Setiap pertanyaan pada kuesioner terdiri atas 4 buah alternatif jawaban.</p> <p>Skala ukur ordinal.</p> <p>Hasil ukur:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sangat Tidak Setuju.</li> <li>2. Tidak Setuju.</li> <li>3. Setuju</li> <li>4. Sangat Setuju.</li> </ol>
2.	Kehandalan ( <i>Responsiveness</i> )	Kesediaan pegawai untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan secara cepat.	<p>Alat ukur kuesioner dan panduan wawancara.</p> <p>Cara ukur sebar kuesioner dan wawancara mendalam.</p> <p>Kepuasan pelayanan urusan</p>



No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
			kepegawaian pada aspek kehandalan ( <i>responsiveness</i> ) petugas diukur dengan 3 pertanyaan pada kuesioner dan 2 pertanyaan pada panduan wawancara. Setiap pertanyaan pada kuesioner terdiri atas 4 buah alternatif jawaban. Skala ukur ordinal. Hasil ukur: 1. Sangat Tidak Setuju. 2. Tidak Setuju. 3. Setuju. 4. Sangat Setuju.
3.	<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>	Variabel yang terdiri dari: a. Kompetensi (Keterampilan & pengetahuan). b. Kesopanan (Sikap santun dan keramahan). c. Kredibilitas (Sifat jujur dan dapat dipercaya). d. Keamanan (Bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan).	Alat ukur kuesioner dan panduan wawancara. Cara ukur sebar kuesioner dan wawancara mendalam. Kepuasan pelayanan urusan kepegawaian pada aspek jaminan ( <i>assurance</i> ) petugas, diukur dengan 5 pertanyaan pada kuesioner dan 2 pertanyaan pada panduan wawancara. Setiap pertanyaan pada kuesioner

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
			<p>terdiri atas 4 buah alternatif jawaban.</p> <p>Skala ukur ordinal.</p> <p>Hasil ukur:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sangat Tidak Puas.</li> <li>2. Tidak Puas.</li> <li>3. Puas.</li> <li>4. Sangat Puas.</li> </ol>
4.	Empati ( <i>Emphaty</i> )	<p>Variabel yang terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Akses (kemudahan untuk dihubungi dan ditemui, kemudahan dalam menjalani relasi/hubungan).</li> <li>b. Komunikasi (Memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat dipahami, mendengarkan saran, dan keluhan).</li> <li>c. Kemampuan memahami pelanggan (Sikap penuh perhatian dan berupaya</li> </ol>	<p>Alat ukur kuesioner dan panduan wawancara</p> <p>Cara ukur sebar kuesioner dan wawancara mendalam.</p> <p>Kepuasan pelayanan urusan kepegawaian pada aspek empati (<i>emphaty</i>) diukur dengan 7 pertanyaan pada kuesioner dan 5 pertanyaan pada panduan wawancara. Setiap pertanyaan pada kuesioner terdiri atas 4 buah alternatif jawaban.</p> <p>Skala ukur ordinal.</p> <p>Hasil ukur:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sangat Tidak Puas.</li> <li>2. Tidak Puas.</li> <li>3. Puas.</li> </ol>

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
		memahami pelayanan dan kebutuhan pelanggan).	4. Sangat Puas.
5.	Tanggung Jawab ( <i>Accountability</i> )	Sikap berperihakkan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.	<p>Alat ukur kuesioner dan panduan wawancara.</p> <p>Cara ukur sebar kuesioner dan wawancara mendalam.</p> <p>Kepuasan pelayanan urusan kepegawaian pada aspek tanggung jawab (<i>accountability</i>) petugas diukur dengan 2 pertanyaan pada kuesioner dan 2 pertanyaan pada panduan wawancara. Setiap pertanyaan pada kuesioner terdiri dari 4 buah alternatif jawaban.</p> <p>Skala ukur ordinal.</p> <p>Hasil ukur:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sangat Tidak Puas.</li> <li>2. Tidak Puas.</li> <li>3. Puas.</li> <li>4. Sangat Puas.</li> </ol>