

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran perihal kepuasan pasien sebagai indikator dari persepsi konsumen terhadap mutu pelayanan RS Honoris. Gambaran ini sangat dibutuhkan oleh pengelola rumah sakit untuk merumuskan strategi agar rumah sakit dapat bertahan dan berkembang. Untuk itu dikembangkan Indeks Kepuasan Pasien dengan mengambil model dari perhitungan Indeks Harga Konsumen dalam mengukur laju inflasi.

Dengan diawali studi pustaka dapat teridentifikasi 5 dimensi kepuasan pasien dengan 23 elemen-nya, yang dianalogkan dengan “Kelompok” bahan konsumsi dan “Komoditi” yang dikonsumsi oleh masyarakat. Nilai konsumsi diidentikkan dengan nilai respon terhadap aitem dari 23 elemen kepuasan pasien dengan bobotnya masing-masing. Dengan mengacu pada pemikiran demikian dikembangkan perhitungan Indeks Kepuasan Pasien sebagai indikator persepsi konsumen terhadap mutu pelayanan RS Honoris.

Telah dilakukan perhitungan Indeks Kepuasan Pasien terhadap 181 pasien rawat inap RS Honoris selama periode 8 minggu, mulai dari Minggu I Agustus 1998 sampai dengan Minggu IV September 1998. Ternyata cukup sensitif mengukur perubahan kepuasan pasien dari waktu ke waktu dan dapat memperkaya analisis kinerja bisnis dari unit rawat inap.

Dengan demikian penelitian ini sangat membantu dalam menerapkan *Customer Focus Strategy*, yang merupakan kunci sukses dalam pengelolaan RS Honoris agar tetap dapat bertahan dan berkembang sesuai dengan visi dan misi rumah sakit. Hal ini mengacu pada prinsip: *if you can't measure it, you can't manage it, you can't achieve it.*

## ABSTRACT



Pengembangan Indeks Kepuasan Pasien Sebagai Indikator Persepsi Konsumen Terhadap Mutu Pelayanan  
Rumah Sakit Honoris Tangerang  
Rusdi Maslim, dr. Rossi Sanusi, MPA, PhD  
Universitas Gadjah Mada, 1999 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

The purpose of this study is to develop a Patient Satisfaction Index (PSI) as an indicator of Honoris Hospital consumer's perception of quality.. This kind of information is very useful for the manager or decision maker to set up competitive and survival strategy for the hospital.

The development of the PSI is based on the concept of Consumer Price Index in measuring monetary inflation rate. Five dimensions of patient satisfaction with its 23 elements were identified in the literature study, and they were assumed as *comodities* in the calculating of consumer price index.

This model had been applied for calculating the PSI of 181 inpatients with certain criteria in the period of 8 weeks from August to September 1998. These weekly PSI showed a sensitive measure of Honoris Hospital consumer's perception of quality of care, and it can be used for analyzing business performance of inpatient unit along with other indicators.

The result of this study has a very practical implication in supporting customer focus strategy, which is very important in the context of competitive hospital business environment. The premise is "if you can't measure it, you can't manage it, you can't achieve it".

Key words : patient satisfaction, perceived quality, customer focus strategy, consumer price index, competitive advantage, customer satisfaction monitoring system.

