

---

---

# JURNAL FAIRNESS

Vol. 3, No. 2, Juli 2013

ISSN 2303-0348

---

**PENGARUH MANAJEMEN RISIKO TERHADAP NILAI PERUSAHAAN** (Studi pada Perusahaan Non Keuangan pada BEI yang mengimplementasikan Manajemen Risiko)  
*Ariane Satri Andina, Rini Indriani, Eddy Suranta*

**PENGARUH DANA ALOKASI UMUM TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH DENGAN BELANJA MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** (Studi Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Se-Sumbagsel Tahun 2008-2012)  
*Deo Rizki Vanchris, Fadli, Siti Aisyah*

**PENGARUH KUALITAS SISTEM INFORMASI, KUALITAS INFORMASI, PERCEIVED USEFULNESS, TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA AKHIR SOFTWARE AKUNTANSI**  
*Diana Kurniawati, Ridwan Nurazi, Lisa Martiah NP*

**PENGARUH KONFLIK PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL DENGAN KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN DAN PEMBIAYAAN DI KOTA BENGKULU)  
*Sriwidharmanely, Darman Usman, Lidya Devega*

**PELAPORAN KEUANGAN ATAS PENGELOLAAN RETRIBUSI PASAR KABUPATEN REJANG LEBONG TINJAUAN EFISIENSI DAN EFEKTIVITAS**  
*Dora Feriyani, Fachruzzaman, Lisa Martiah NP*

**SIKAP PNS TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN SIMDA KEUANGAN DALAM PROSES PENGELOLAAN KEUANGAN DAERAH DI LINGKUNGAN PEMERINTAH BENGKULU TENGAH**  
*May Susanti, Fadli, Isma Coryanata*

**PENGARUH IMPLEMENTASI ANGGARAN PARTISIPATIF, TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS DAN ANGGARAN BERBASIS KINERJA TERHADAP KINERJA SATUAN KERJA PERANGKAT DAERAH**  
*Meta Herlia, Fachruzzaman, Baihaqi*

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INDIKATOR KINERJA NON-KEUANGAN TERHADAP PENDAPATAN PERUSAHAAN**  
*Imamul Khairiah, Nurna Aziza*

---

---

PENERBIT  
MAKSI UNIVERSITAS BENGKULU



# Jurnal Fairness

Volume 3, Nomor 2, Juli 2013

- 
- 
- |   |          |
|---|----------|
| ● <b>PENGARUH MANAJEMEN RISIKO TERHADAP NILAI PERUSAHAAN</b> (Studi pada Perusahaan Non Keuangan pada BEI yang mengimplementasikan Manajemen Risiko)<br><i>Ariane Satri Andina, Rini Indriani, Eddy Suranta</i>   | 1 - 17   |
| ● <b>PENGARUH DANA ALOKASI UMUM TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH DENGAN BELANJA MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING</b> (Studi Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Se-Sumbagsel Tahun 2008-2012)<br><i>Deo Rizki Vanchris, Fadli, Siti Aisyah</i>                              | 18 - 26  |
| ● <b>THE EFFECT OF QUALITY SYSTEMS, QUALITY OF INFORMATION, PERCEIVED USEFULNESS TOWARDS THE SATISFACTORY OF END USER OF ACCOUNTING SOFTWARE</b><br><i>Diana Kurniawati, Ridwan Nurazi, Lisa Martiah NP</i>   | 27 - 40  |
| ● <b>PENGARUH KONFLIK PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL DENGAN KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN DAN PEMBIAYAAN DI KOTA BENGKULU)</b><br><i>Sriwidharmanely, Lidya Devega</i> | 41 - 62  |
| ● <b>PELAPORAN KEUANGAN ATAS PENGELOLAAN RETRIBUSI PASAR KABUPATEN REJANG LEBONG TINJAUAN EFISIENSI DAN EFEKTIVITAS</b><br><i>Dora Feriyani, Fachruzzaman, Lisa Martiah NP</i>  | 63 - 79  |
| ● <b>SIKAP PNS TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN SIMDA KEUANGAN DALAM PROSES PENGELOLAAN KEUANGAN DAERAH DI LINGKUNGAN PEMERINTAH BENGKULU TENGAH</b><br><i>May Susanti, Fadli, Isma Coryanata</i>  | 80 - 93  |
| ● <b>PENGARUH IMPLEMENTASI ANGGARAN PARTISIPATIF, TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS DAN ANGGARAN BERBASIS KINERJA TERHADAP KINERJA SATUAN KERJA PERANGKAT DAERAH</b><br><i>Meta Herlia, Fachruzzaman, Baihaqi</i>   | 94 - 111 |
| ● <b>PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INDIKATOR KINERJA NON-KEUANGAN TERHADAP PENDAPATAN PERUSAHAAN</b><br><i>Imamul Khairiah, Nurna Aziza</i>   | 112-121  |

## **PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INDIKATOR KINERJA NON-KEUANGAN TERHADAP PENDAPATAN PERUSAHAAN**

**Imamul Khairiah**

**Nurna Aziza**

*Jurusan Akuntansi Universitas Bengkulu*

### **ABSTRACT**

*This study aimed to identify the effect of customers' satisfaction consisting of five dimensions like reliability, tangibility, responsiveness, assurance, and empathy toward the income level of hospitals/clinics.*

*The data used in the study were primary data and secondary data. The primary data were obtained from questionnaires of 162 respondents of hospitals/clinics in Bengkulu town. The secondary data were collected from information of the income data from each hospital or clinic. The sampling collection technique used was a purposive sampling method. The tool of analysis used was a table of frequency for looking at the patient's judgment on the statement items presented; whereas, to look at the effect of customers' satisfaction toward the income, a simple linear regression analysis through SPSS 12.0 program was used.*

*The result of the analysis shows that the customer's satisfaction did not affect the income of the hospitals/clinics significantly at the significance level of  $> 0,05$ . The recommendation made by this study to be considered by the management of each hospital/clinic was that even though the variable of customers' satisfaction of the customers can determine the financial policies of the companies.*

**Keywords:** Kepuasan pelanggan, keluhan, pendapatan perusahaan, Industri jasa rumah Sakit.

### **1. PENDAHULUAN**

Rumah sakit sebagai institusi pelayanan kesehatan sekaligus sebagai entitas yang memiliki tanggung jawab kepada *shareholder* dan *stakeholder* harus cerdas dan bijaksana dalam merancang manajemen strategi. Seiring dengan kemajuan teknologi, pengaruh globalisasi, tingkat persaingan yang semakin tinggi dan perilaku pasien yang semakin jeli dan kritis dalam memilih pelayanan kesehatan menjadi pemicu rumah sakit untuk selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat, oleh karena itu faktor keuangan tidak dapat lagi dijadikan sebagai satu-satunya pedoman untuk menilai kinerja manajemen rumah sakit. Untuk itu diperlukan suatu pengukuran kinerja agar dapat menilai dan mengevaluasi semua yang telah dihasilkan dan dicapai oleh perusahaan pada periode tertentu dan juga sebuah konsep bagi rumah sakit untuk dapat meningkatkan kinerjanya baik secara keuangan dan non keuangan.

Pada umumnya perusahaan atau organisasi menggunakan pengukuran kinerja keuangan. Pada pengukuran kinerja secara tradisional, perusahaan telah diukur dan dinilai kinerja manajerialnya dengan menggunakan pengukuran keuangan seperti *earnings*, *ROI* (*Return On Investment*), *ROA* (*Return On Assets*), atau biaya unit.

Kinerja keuangan merupakan salah satu aspek dari kinerja perusahaan dan bila hanya mengandalkan kinerja keuangan tidak cukup untuk dapat mengevaluasi kinerja perusahaan, bahkan bisa jadi tidak berguna karena beberapa alasan (Anthony dan Govindarajan, 2003) pertama, hal itu mungkin dapat mendorong kegiatan jangka pendek yang tidak termasuk dalam kepentingan jangka panjang perusahaan. Semakin besar tekanan untuk mencapai tingkat laba tertentu, semakin besar kemungkinan manajer unit bisnis untuk mengambil

tindakan jangka pendek yang mungkin salah dalam jangka panjang. Kedua, manajer unit bisnis mungkin tidak melakukan tindakan yang berguna untuk jangka panjang, untuk memperoleh laba jangka pendek. Singkatnya, manajer mungkin tidak melakukan investasi yang menjanjikan laba jangka panjang karena menurunkan hasil finansial jangka pendek. Ketiga, menggunakan profit jangka pendek sebagai satu-satunya tujuan dapat mengganggu komunikasi antara manajer unit bisnis dan manajer senior. Dan keempat, pengendalian finansial yang ketat bisa memotivasi manajer untuk memanipulasi data. Ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk. Pada satu tingkat, manajer bisa saja memakai metode akuntansi yang meminjam penerimaan masa datang, untuk memenuhi target periode sekarang (misal, dengan membuat provisi yang tidak layak untuk *bad debt*, penyusutan persediaan dan klaim garansi).

Surifah (2003) mengatakan bahwa kinerja keuangan melalui laporan keuangannya juga memiliki kelemahan-kelemahan yang lain baik pada konsep dasar, proses penyusunan maupun informasi yang dihasilkannya. Kelemahan pada konsep dasar akuntansi antara lain terkait dengan masalah karakteristik akuntansi bahwa akuntansi harus handal. Selain sulit membuktikan bahwa akuntansi benar-benar handal, juga terdapat kesulitan untuk menyusun laporan keuangan yang handal. Pada proses penyusunannya, kelemahan akuntansi berkaitan dengan campur tangan pihak manajemen untuk mempengaruhi angka-angka akuntansi, sehingga sulit untuk menghindari subyektifitas manajemen. Oleh karena itu jika hanya mengandalkan penilaian keuangan atau finansial saja tidak cukup untuk memastikan seluruh strategi perusahaan dalam mencapai *profit* yang signifikan akan dilaksanakan dengan sukses.

Menurut Kaplan dan Norton (1996) pemakaian penilaian kinerja tradisional yaitu ROI, Profit Margin dan Rasio Operasi sebetulnya belum cukup mewakili untuk menyimpulkan apakah kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan sudah baik atau belum. Hal ini disebabkan karena ROI, Profit Margin dan Rasio Operasi hanya menggambarkan pengukuran efektivitas penggunaan aktiva serta laba dalam mendukung penjualan selama periode tertentu. Ukuran-ukuran keuangan tidak memberikan gambaran yang riil mengenai keadaan perusahaan karena tidak memperhatikan hal-hal lain di luar sisi finansial misalnya sisi pelanggan yang merupakan fokus penting bagi perusahaan dan karyawan, padahal dua hal tersebut merupakan roda penggerak bagi kegiatan perusahaan. Solusi untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan menggunakan penilaian dan evaluasi berbagai ukuran yaitu pengukuran keuangan dan non-keuangan yang terdiri dari kualitas produk, kepuasan/ketidakpuasan pelanggan, dan pangsa pasar.

Banker *et al.* (2000) mengatakan bahwa sekarang telah banyak perusahaan yang menggunakan pengukuran non-keuangan seperti kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan pangsa pasar untuk mengevaluasi dan menghargai kinerja manajerial. Informasi akuntansi dan keuangan tidak menyajikan seluruh informasi keuangan yang dibutuhkan oleh investor karena hanya mengevaluasi dan memprediksi fenomena ekonomi yang berkaitan dengan segi keuangan perusahaan saja. Padahal sebagian besar perubahan manajerial yang terjadi dalam perusahaan bersifat kualitatif, yang mana informasinya didapatkan melalui pengukuran non-keuangan.

Rumah sakit adalah jenis industri jasa yang merupakan tempat pelayanan medik dan spesialisasi yaitu tempat pelayanan yang memiliki fungsi dasar untuk pemulihan dan pemeliharaan kesehatan, yang mencakup upaya penyembuhan (*kuratif*), pemulihan (*rehabilitatif*), peningkatan (*promotif*), dan pencegahan (*preventif*) (Kuncoro dalam Assauri, 2004). Oleh karena itu, fokus rumah sakit untuk selalu meningkatkan kualitas layanan harus dimulai pada saat ini juga demi perbaikan di kemudian hari. Kualitas pelayanan rumah sakit merupakan pertimbangan utama bagi pelanggan (pasien), pada saat pasien membutuhkan layanan kesehatan. Pelayanan kesehatan yang berkualitas ini, menuntut manajemen rumah sakit untuk berorientasi konsep pelayanan pada pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Namun, sekalipun sudah dilakukannya perbaikan dan perubahan yang maksimum yang berfokus pada kualitas, tetapi tetap saja kegagalan jasa (*service failure*) sering terjadi dan tidak dapat dihindarkan. Kegagalan jasa didefinisikan sebagai gangguan,

keterlambatan atau kemacetan dalam penyampaian jasa (Hoffman dan Bateson dalam Tjiptono, 2000). Akibat yang ditimbulkan dari kegagalan jasa tersebut yaitu ketidakpuasan bagi pelanggan (pasien). Seorang pasien atau pelanggan rumah sakit akan selalu mengharapkan tingginya harapan kinerja atau performansi dan mutu pelayanan jasa rumah sakit yang dapat memberikan kepuasannya.

Secara umum faktor yang paling banyak dan sering digunakan untuk mengukur ketidakpuasan yaitu dicerminkan dari kualitas pelayanan yang pelanggan terima (*perceived quality*), ketersediaan penyedia jasa kesehatan dan perhatian yang pelanggan terima (*perceived concern*) dari rumah sakit atau *provider* (Assauri, 2004). Ketidakpuasan pelanggan (pasien) atas penyedia jasa layanan kesehatan dapat juga dipengaruhi oleh terjadinya birokrasi yang berbelit-belit dan sering cenderung dapat menyusahkan bagi para pasien.

Rumah sakit sebagai industri jasa kesehatan pada dasarnya bersifat unit sosioekonomis (Assauri, 2004). Di mana dalam menjalankan kegiatannya, di samping harus tunduk pada nilai-nilai sosial dan kemanusiaan juga menekankan penerapan nilai-nilai ekonomis jasa pelayanan. Dalam hal ini, perusahaan tidak hanya berusaha untuk mencapai kepuasan pelanggan, tetapi lebih pada pencapaian loyalitas pelanggan. Seorang konsumen yang mengalami ketidakpuasan mempunyai kemungkinan akan mengubah perilaku keputusan pembeliannya dengan mencari alternatif merek jasa lain pada konsumsi berikutnya untuk meningkatkan kepuasannya. Situasi ketidakpuasan biasanya terjadi setelah pelanggan menggunakan produk atau jasa dan merasakan bahwa kinerjanya ternyata tidak memenuhi harapan pelanggan. Ketidakpuasan dapat menimbulkan sikap negatif terhadap merek maupun produsen/penyedia, akibat dari semua itu jangka panjangnya akan berdampak pada sisi finansial perusahaan, yaitu kepuasan konsumen akan meningkatkan kepercayaan konsumen atas perusahaan dan tidak mencari alternatif untuk berpindah kepada penyedia jasa yang lain. Menurut Asakdiyah (2005) tercapainya kepuasan pelanggan akan menimbulkan pembelian ulang pelanggan, hal ini akan mengakibatkan adanya hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan perusahaan.

Banker *et al.* (2000) melakukan penelitian dengan menggunakan data dari pengelolaan 18 hotel yang hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sebagai indikator kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan masa depan. Ittner dan Larcker dalam Banker *et al.* (2000) menguji hubungan antara kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan dengan menggunakan level pelanggan, unit bisnis, dan tingkat data perusahaan. Banker *et al.* menemukan beberapa bukti bahwa ukuran kepuasan pelanggan level perusahaan berhubungan dengan nilai pasar perusahaan terkini, tetapi tidak serentak dengan ukuran akuntansi. Jumaili dan Gudono (2006) melakukan pengujian metode survey untuk mengumpulkan data *cross-section*, dengan target populasi adalah manajer operasional/produksi, manajer pemasaran dan manajer *quality control* pada perusahaan manufaktur yang berlokasi di Indonesia, dan hasil penelitiannya menunjukkan interaksi positif dan signifikan hubungan dari kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan.

Peningkatan pendapatan (*revenue*) yang optimum adalah tujuan dari semua perusahaan, sebab itu perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut baik itu kinerja keuangan dan non-keuangan. Karenanya dibuatlah suatu strategi keuangan yang tepat untuk dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, sehingga akhirnya akan berpengaruh terhadap tujuan akhir perusahaan yaitu memperoleh laba sebesar-besarnya atau peningkatan kinerja keuangan, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: - Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen sebagai ukuran kinerja non-keuangan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan perusahaan pada industri jasa rumah sakit/klinik di Bengkulu.

## **2. PENELITIAN TERDAHULU DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Berhasil tidaknya suatu kegiatan perusahaan banyak dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor, salah satu faktor yang terpenting adalah faktor manusia di dalam organisasi



tersebut baik para karyawan atau pelanggannya, misalnya faktor kepuasan pelanggan, kinerja pegawai, ataupun produktivitas oleh karena itu perlu mendapatkan perhatian tersendiri. Penilaian kinerja merupakan hal yang esensial bagi perusahaan baik itu ukuran kinerja keuangan maupun non-keuangannya. Khusus untuk digunakannya kinerja non-keuangan sebagai pengukur kinerja karena merupakan salah satu indikator yang lebih baik pada masa depan dan juga membantu dalam menghitung dan memotivasi kinerja manajerial (Ciptani, 2004).

Kaplan dan Norton (1996) mengungkapkan bahwa perspektif *customer* dalam *Balance Scorecard* mengidentifikasi bagaimana kondisi *customer* mereka dan segmen pasar yang telah dipilih oleh perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor mereka. Segmen yang telah mereka pilih ini mencerminkan keberadaan *customer* tersebut sebagai sumber pendapatan mereka.

Dalam perspektif tersebut di atas, pengukuran dilakukan dengan lima aspek utama (Kaplan dan Norton, 1996), yaitu pengukuran pangsa pasar, *customer retention*, *customer acquisition*, *customer satisfaction*, dan *customer profitability*. Oleh karena aspek tersebut masih bersifat terbatas, maka perlu dilakukan pengukuran-pengukuran yang lain yaitu pengukuran terhadap semua aktivitas yang mencerminkan nilai tambah bagi *customer* yang berada pada pangsa pasar perusahaan. Pengukuran tersebut dapat berupa: atribut produk atau jasa yang diberikan kepada *customer* (seperti: kegunaan, kualitas, dan harga), hubungan atau kedekatan antar *customer* (seperti: pengalaman membeli dan hubungan personal), *image* dan reputasi produk atas kepuasan dan ketidakpuasan jasa di mata *customer*. Mutu pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam perusahaan jasa, karena yang menjadi tujuan akhir dari penyampaian jasa adalah kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan dapat menjadi indikator meningkatnya pendapatan perusahaan yang berarti juga memaksimalkan nilai profit yang akan dicapai perusahaan nantinya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Untuk mencapai tujuan tersebut para pengusaha dalam industri jasa berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang sebaik-baiknya agar dapat mencapai tingkat profitabilitas yang direncanakan.

Perasaan ketidakpuasan pelanggan berdasarkan pengalaman mengonsumsi produk atau jasa di masa lalu umumnya dibalas dengan tuntutan ganti rugi ataupun bentuk komplain lainnya dan hal ini berarti mengurangi kesempatan perusahaan untuk mendapatkan *revenue* dan bahkan menimbulkan *cost*. Robert dan Govindarajan (2003) menyatakan bahwa banyak ditemukan pada perusahaan Amerika Serikat, selama tahun 1980-an banyak industri yang didorong oleh perubahan dalam area nonfinansial, seperti kualitas dan kepuasan pelanggan, yang sering mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Kasus yang dapat diambil sebagai contoh adalah di setiap penilaian keuangan selama tahun 1970-an, perusahaan seperti Pan Am Airlines, US Steel, Xerox, dan IBM mendominasi pasar mereka. Namun, pada pertengahan 1980-an, posisi mereka terancam oleh para pesaing mereka yang menciptakan kualitas, kepuasan pelanggan, inovasi, serta model yang lebih baik. Hal ini tidak dapat diukur dengan alat finansial sampai semua terlambat.

Dalam pendekatan *Balanced Scorecard*, pengukuran kinerja didasarkan pada aspek keuangan maupun non-keuangan. Aspek non-keuangan mendapat perhatian yang cukup serius karena pada dasarnya peningkatan kinerja keuangan bersumber dari aspek non-keuangan yaitu peningkatan *cost-effectiveness* proses bisnis, peningkatan komitmen organisasi dan peningkatan kepercayaan *customer* terhadap produk yang dihasilkan, sehingga apabila perusahaan akan melakukan pelipatgandaan kinerja maka fokus perhatian perusahaan haruslah ditujukan kepada peningkatan kinerja di bidang non-keuangan karena dari sanalah kinerja keuangan berasal.

Banker *et.al.* (2000) melakukan pengujian secara khusus terhadap perusahaan industri retail hotel Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran kinerja nonkeuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *operating cost* per kamar hotel, tetapi ukuran kinerja non-keuangan berpengaruh signifikan terhadap *revenue* dan *profit*.

Berdasarkan telah literatur yang telah dijelaskan di atas maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

***Ha: Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap revenue.***

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan jenis penelitiannya, maka penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam penelitian kausal, yakni jenis penelitian yang menjelaskan penyebab (*causal*) dari permasalahan penelitian. Tujuan dari penelitian ini terdiri dari dua bentuk, pertama verifikatif yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausalitas antara variabel pengaruh kepuasan pelanggan dan komplain dengan *revenue* perusahaan. Kedua yaitu pengujian hipotesis yang digunakan untuk menguji kebenaran dari hubungan kausalitas. Apakah variabel pengaruh benar-benar berpengaruh terhadap variabel terpengaruh.

#### **3.2 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh rumah sakit dan klinik baik milik pemerintah atau swasta di kota Bengkulu. Untuk menentukan sampel, peneliti menggunakan rumah sakit dan klinik yang ada di kota Bengkulu yang terdaftar di Dinas Kesehatan Propinsi Bengkulu sebagai kerangka sampling. Dengan asumsi objek penelitian tersebut adalah homogen berdasarkan pertimbangan bahwa industri rumah sakit sekarang tidak hanya lagi berdasarkan *social oriented* tetapi juga *profit oriented*.

Responden dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*. Untuk menentukan sampel, peneliti mengambil para pasien yang sedang menjalani rawat inap di rumah sakit dan klinik atau keluarga pasien yang memahami dan mengerti kondisi pasien yang menjalani rawat inap tersebut. Digunakannya pasien sebagai responden karena untuk mendapatkan penilaian yang objektif terhadap ukuran kinerja non-keuangan di rumah sakit dan klinik tersebut.

Peneliti menetapkan jumlah kuesioner yang disebarkan adalah sebanyak 130 eksemplar dengan komposisi sebagai berikut:

RSUD. M. Yunus Bengkulu : 40 eksemplar, RSUD. Rafflesia : 30 eksemplar, RSUD Bhayangkara : 30 eksemplar, RSUD. DKT : 30 eksemplar, Klinik Bersalin G. Bernoza : 25 eksemplar, Klinik Bersalin UMMI : 25 eksemplar, Klinik Bersalin ATHALA : 25 eksemplar, Klinik Bedah Mawar : 25 eksemplar

Komposisi tersebut ditetapkan oleh peneliti dengan mempertimbangkan jumlah pasien rawat inap masing-masing rumah sakit dan klinik yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Untuk RSUD. M. Yunus Bengkulu sebanyak 40 eksemplar karena jumlah kamar rawat inap yang cukup banyak dan bervariasi yang dibagi lagi dalam beberapa kelas. Untuk RSUD Rafflesia, RSUD Bhayangkara, dan RSUD DKT sebanyak 30 eksemplar karena jumlah kelas kamar yang rata-rata terbagi dalam 5 - 6 kelas kategori. Untuk Klinik Bersalin G. Bernoza, Klinik Bersalin UMMI, Klinik Bersalin Athala dan Klinik Bedah Mawar sebanyak 25 eksemplar karena jumlah pasien dan kamar yang terbatas dan merupakan sebuah jasa medis yang terspesialisasi.

Kriteria-kriteria pasien yang layak dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Responden bersedia untuk diwawancarai dan mengisi kuesioner yang diajukan
2. Sedang menggunakan jasa pelayanan rawat inap di rumah sakit/klinik tersebut
3. Tidak berada dalam kondisi kritis berdasarkan pertimbangan medis
4. Menjalani perawatan rawat inap lebih dari 24 jam.
5. Berusia di atas 17 tahun.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menggunakan metode survey pada bulan Januari selama waktu 5 minggu, melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner disebarkan dengan mendatangi satu per

satu calon responden, melihat apakah calon memenuhi persyaratan sebagai calon responden, lalu menanyakan kesediaan untuk mengisi kuesioner. Dengan memberikan kuesioner secara langsung bertujuan untuk menghindari tingkat pengembalian pengisian kuesioner yang rendah dan mempercepat waktu pengumpulan data. Sedangkan data mengenai kinerja keuangan di dapatkan melalui data sekunder yang diperoleh melalui manajemen keuangan rumah sakit dan klinik pada tempat penelitian.

### 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- **Kepuasan pelanggan**, adalah suatu perasaan atau nilai emosional dari pelanggan atas penggunaan suatu produk atau jasa. Pengukuran variabel kepuasan pelanggan diperoleh dari hasil kuesioner yang meliputi lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para pasien dalam mengevaluasi kualitas pelayanannya, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian dan bukti fisik. Daftar pertanyaan tersebut terdiri dari 16 (enam belas) butir pertanyaan dengan menggunakan skala likert 5 point. Alternatif jawaban dari 1 (satu) sampai 5 (lima), dimana point (1) berarti sangat tidak memuaskan dan point (5) berarti sangat memuaskan. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan adalah dengan menggunakan kuesioner yang diadopsi dari Alida Palilah (2004).

- **Kinerja keuangan**, adalah prestasi yang dapat dicapai oleh perusahaan dalam satu jangka waktu tertentu. Dengan melakukan analisa terhadap pendapatan keuangan rumah sakit/klinik bulan Februari dan Maret 2007. Laporan mengenai pendapatan rumah sakit/klinik didapatkan dari laporan keuangan bagian Irna (Instalasi Ruang Rawat Inap) masing-masing rumah sakit/klinik.

### 3.5 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 12.0. Regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan 2. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

**H<sub>a</sub>** :  $Y = a + bX + e$  .....

Y: Rata-rata pendapatan X: Kepuasan Pelanggan

a: Konstanta b: Koefisien regresi

Jika b positif pada tingkat signifikan  $<0,05$  maka kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat pendapatan (*revenue*) perusahaan.

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari 180 kuesioner yang disebarkan hanya 162 kuesioner yang dapat diolah, sehingga tingkat pengembalian kuesioner pada penelitian ini adalah sebesar 97,7%. Tingkat pengembalian kuesioner yang tinggi ini dikarenakan peneliti menunggu jawaban dari responden secara langsung. Kuesioner yang tidak kembali disebabkan oleh adanya responden yang tidak mengembalikan kuesionernya karena hilang dari pengamatan peneliti. Khusus untuk responden Rumah Bersalin Athala dan Klinik Bedah Mawar tidak dapat terkumpul karena peneliti tidak mendapat izin dari pengelola untuk melakukan penelitian.



**TABEL 1**  
**DESKRIPSI KUESIONER**

Responden	Kuesioner disebarkan	Kuesioner kembali	Kuesioner gugur	Kuesioner di olah
RSUD. M. YUNUS	40	40	3	37
Klinik G. Bernoza	25	25	-	25
Klinik UMMI	25	25	1	24
RS. Rafflesia	30	30	4	26
RS. DKT	30	26	4	22
RS. Bhayangkari	30	30	2	28
Total	180	176	14	162

Sumber : Data Primer Diolah, 2007

Hipotesis pada penelitian ini di uji dengan menggunakan alat analisis berupa regresi linear sederhana. Tampilan hasil output SPSS untuk analisis regresi dapat dilihat pada tabel berikut:

**TABEL 2**  
**HASIL ANALISIS REGRESI**

Hipotesis	Persamaan Regresi	Nilai t	Adjusted R Square	Hasil	Konfirmasi hipotesis
1	$Y = 24,6 - 0,128 X_1$	2,037 (0,290)	0,257	$X_1$ tidak berpengaruh secara signifikan	Tidak dapat diterima

Dari output analisis regresi pada tabel 4.11 di atas, untuk hipotesis pertama diperoleh  $b_1$  sebesar -0,128 ini berarti setiap kenaikan variabel kepuasan pelanggan sebesar 1 maka pendapatan akan turun sebesar 12,8% dengan asumsi variabel lain tetap. Variabel kepuasan pelanggan mempunyai nilai  $\text{sig.}t = 0,290$ , ini berarti bahwa hubungan variabel kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pada *level of significant* 0,05, sehingga  $H_1$  tidak dapat diterima. Bila dilihat dari Koefisien determinasi, *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0,257 yang berarti hanya 25,7% perubahan pendapatan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, sedangkan selebihnya 74,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kepuasan pelanggan yang tidak berpengaruh secara signifikan ini disebabkan oleh pola pikir masyarakat yang tidak terlalu kritis, budaya yang apatis, dan tingkat pendidikan dan pendapatan masyarakat pada objek penelitian yang terlalu rendah. Responden (pasien) merasa bahwa walaupun mereka tidak mendapatkan kepuasan sesuai yang diinginkan namun mereka tidak berpikir untuk mencoba berobat pada rumah sakit/klinik di kota lain. Berdasarkan hasil penelitian, responden (pasien) memiliki kepuasan pelanggan yang cukup rendah khususnya pada rumah sakit pemerintah, hal ini disebabkan karena rumah sakit-rumah sakit pemerintah tersebut memiliki berbagai program kesehatan seperti Askeskin (Asuransi kesehatan keluarga miskin) yang memungkinkan bagi orang berkemampuan ekonomis rendah untuk mendapatkan pengobatan sebagaimana mestinya.

Hasil penelitian pada hipotesis pertama dan kedua menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan perusahaan. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian Banker *et.al* (2000) yang memberikan argumen bahwa kepuasan pelanggan sebagai indikator kinerja non-keuangan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Behn dan Rilley (dalam Jumaidi dan Gudono, 2006) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan adalah berhubungan serentak dengan kinerja keuangan di industri penerbangan Amerika Serikat. Perbedaan hasil penelitian ini dikarenakan adanya perbedaan tempat penelitian dan juga selain itu *mindset* masyarakat pada objek penelitian, yaitu pola pikir masyarakat kota Bengkulu yang tidak terlalu kritis dan kultur masyarakat kota Bengkulu yang cenderung apatis.

Dari hasil penelitian ini diketahui, walaupun kepuasan pelanggan dan komplain tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan, tetapi ketidakpuasan pelanggan (pasien) dan komplain atas penyedia jasa layanan kesehatan dapat juga dipengaruhi oleh terjadinya birokrasi yang berbelit-belit dan sering cenderung dapat menyusahkan bagi para pasien. Pelayanan yang sering terlambat ini sebenarnya dapat diatasi dengan berbagai cara. Namun, rumah sakit di Bengkulu belum ada yang merespon dan melakukan tindakan akan hal tersebut. Seperti halnya yang dilakukan oleh manajemen rumah sakit di Thailand, mereka lebih mengutamakan kecepatan dalam pelayanan di rumah sakitnya (Kompas, 26 Mei 2005). Para tenaga medis menggunakan sepatu roda dalam melakukan tindakan medis kepada pasien. Menurut Assauri (2004) rumah sakit sebagai industri jasa kesehatan pada dasarnya bersifat uni sosio-ekonomis yaitu, dimana dalam menjalankan kegiatannya, di samping menekankan penerapan nilai-nilai ekonomis jasa pelayanan dari suatu rumah sakit juga harus tunduk pada nilai-nilai sosial dan kemanusiaan.

Pelanggan memberikan kesan tentang sesuatu produk/jasa didasarkan pada pengalaman mereka dalam penggunaan produk/jasa tersebut (Garvin dalam Jumaili dan Gudono, 2006). Literatur terdahulu menyatakan bahwa kinerja dari produk/jasa harus menghasilkan kualitas eksternal yang merupakan indikator dari kepuasan pelanggan (misal: komplain, jaminan dan litigasi) dan persentase yang rendah dari produk/jasa cacat membantu perusahaan untuk menguatkan kembali pengalaman pelanggan yang positif.

Hardie (1998) yang menyatakan bahwa kinerja dari suatu produk/jasa bisa mempengaruhi indikator kualitas eksternal dari kepuasan pelanggan bisa membantu perusahaan menguatkan (*reinforce*) pengalaman pelanggan yang positif dan kualitas dari produk/jasa melalui pengujian *internal* dari *reliability* dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan yang menggunakan produk/jasa. Nagar dan Rajan (2001) menemukan bahwa baik ukuran keuangan dan nonkeuangan secara signifikan memprediksi penjualan satu kuartal ke depan, bagaimanapun ukuran keuangan mendominasi pengaruh dari ukuran keuangan ketikan keduanya dimasukkan dalam analisis. Perbaikan dalam orientasi pelanggan-pelanggan ukuran *non-keuangan* diharapkan untuk menghasilkan peningkatan *revenue* (Hauser, 1994). Penelitian sebelumnya menghubungkan kepuasan pelanggan pada kinerja keuangan menunjukkan hasil yang *mixed*. Anderson *et al* (1996) dalam Jumaili dan Gudono (2006) pada sisi lain, mengajukan suatu hubungan yang serentak antar kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan dan menemukan hubungan positif yang serentak antara kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan dan menemukan hubungan positif serentak antara kepuasan pelanggan dan *return on investment* di perusahaan manufaktur Swedia. Dengan fokus pada manufaktur unit bisnis, diharapkan bahwa beberapa kos meningkatkan sampai pada komplain, jaminan, dan litigasi pelanggan akan lebih rendah lalu berkorespondensi dengan peningkatan *revenue* dan *profit* akan meningkat. Menurut Surifah (2003) dengan mengetahui pentingnya indikator-indikator kinerja keuangan tersebut maka diharapkan para pelaku di industri jasa kesehatan bisa lebih proporsional apabila akan mendasarkan pengambilan keputusan dengan menggunakan laporan keuangan karena laporan keuangan hanya merupakan salah satu informasi dan bahkan bisa jadi bukan merupakan informasi yang utama sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang pada akhirnya akan menyangkut tentang kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berupa pendapatan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini memberikan simpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan sebagai indikator kinerja non-keuangan secara umum tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan industri jasa rumah sakit dan klinik di kota Bengkulu. Walaupun demikian tidak dapat dipungkiri indikator ini di masa yang akan datang akan cukup mempengaruhi peningkatan pendapatan perusahaan. Hal ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor-faktor internal maupun eksternal seperti kompetitor, pola pikir masyarakat, tingkat pendidikan masyarakat, pangsa pasar dan lain sebagainya.

2. Secara umum hasil dari penelitian ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap peningkatan pendapatan tetapi secara khusus ditemukan pada hasil penelitian, tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi pada suatu rumah sakit/ klinik berpengaruh lurus terhadap peningkatan pendapatan yang signifikan. Hal ini tentunya bisa menjadi catatan bagi rumah sakit/ klinik yang memiliki kepuasan pelanggan yang rendah.

Beberapa saran yang dapat disampaikan untuk menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Pihak rumah sakit/ klinik hendaknya tetap mempertimbangkan faktor-faktor lain dalam menghitung kinerja keuangannya, yaitu dengan tidak hanya memperhatikan indikator keuangannya tetapi juga indikator nonkeuangannya. Dengan menggunakan salah satu alat ukur kinerja yang cukup populer sekarang yaitu *Balanced scorecard* yang merupakan sistem pengukuran kinerja yang memberi kerangka kerja yang komprehensif bagi para eksekutif dan manajemen dengan menjabarkan tujuan-tujuan strategis perusahaan dalam beberapa himpunan tolok ukur kinerja yang terkait secara logis satu dengan yang lainnya.
2. Pihak rumah sakit dan klinik bersalin dalam memberikan pelayanan jasa kesehatan pada masyarakat khususnya jasa rawat inap, hendaknya tidak hanya fokus pada *primary product* (pengobatan, jasa rawat inap, pemberantasan penyakit menular), akan tetapi *secondary product*, seperti keramahan petugas, kebersihan, kerapian, respon, komunikasi dan lain sebagainya, perlu juga untuk dikembangkan, sebab hal tersebut sangat berpengaruh terhadap penilaian dan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan berikutnya.
3. Untuk lebih meminimalkan komplain pihak rumah sakit/ klinik hendaknya bisa menyediakan unit pelayanan keluhan atau komplain, karena hal ini dapat menjadi faktor peningkatan tercapainya kepuasan pelanggan yang akan menimbulkan mengkonsumsi ulang jasa oleh pelanggan (pasien), hal ini akan mengakibatkan adanya hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden (pasien) di enam objek penelitian, yaitu rumah sakit-rumah sakit dan klinik bersalin di kota Bengkulu. Dalam penelitian ini penulis menyadari terdapat beberapa kelemahan, kelemahan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Jumlah responden dan sampel puskesmas yang sedikit, yaitu 162 orang dari enam objek penelitian, sehingga dikhawatirkan tidak mampu memberikan gambaran keseluruhan mengenai pengaruh kepuasan pelanggan dan komplain terhadap peningkatan pendapatan.
2. Variabel yang terbatas, yaitu hanya kepuasan pelanggan dan komplain, karena indikator kinerja keuangan tidak hanya itu saja, indikator lain seperti pangsa pasar, kualitas produk, insentif, kekuatan pesaing dan lain sebagainya.
3. Ruang lingkup yang terbatas pada responden yang melakukan rawat inap saja, tidak termasuk responden yang melakukan pelayanan jasa lainnya (rawat jalan, pemeriksaan kesehatan dan lain-lain). Diharapkan pada masa depan dapat dijadikan bahan informasi untuk menetapkan kebijakan manajemen strategis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anthony Robert N., dan Vijay Govindarajan. 2003. **Sistem Pengendalian Manajemen**. Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri, Sofjan. 2004. **Tantangan Pimpinan Rumah Sakit Menghadapi Paradigma Baru**. Usahawan No. 09 Tahun XXXIII, September.
- Banker Rajiv D., Potter, dan Dhinu Srinivasan . 2000. **An Empirical Investigation of an Incentive Plan That Includes Nonfinancial Performance Measures**. The Accounting Review, 75 (1), 65-92.
- Ciptani Monika K. 2004. **Balance Scorecard Sebagai Pengukuran Kinerja Masa Depan: Suatu Pengantar**. Jurnal Akuntansi Puslit Petra, 04(4), 21-35.

- Furqon, Arief. 2002. **Ilmu Kedokteran dan Kesehatan**. Dirjen Kelembagaan Agama Islam. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2002. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gasperz, Vincent. 1997. **Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Harahap, Syofyan. S. 2004. **Teori Akuntansi**. Jakarta: Grafindo
- Hardie, N. 1998. **The Effects of quality on business performance**. Quality Management Journal 5(3):65-68.
- Huppertz, John W. 2003. **An Effort Model Of First Stage Complaint Behaviour**. Journal Of Consumer Satisfaction Dissatisfaction and Complaining Behaviour. Vol.16.
- Hutabarat, Jumly. 1997. **Visi kualitas Jasa Membahagiakan Pelanggan Kunci Sukses Bisnis Jasa**. Usahawan No. 05 Tahun XXVI Mei 1997.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2002. **"Standar Akuntansi Keuangan"**. Jakarta: Salemba Empat.
- Julianto, H. 2000. **Mengukur Kepuasan Pelanggan**. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Jumaili, Salman dan Gudono, 2006. **Hubungan Komponen Sistem Pengendalian Manajemen terhadap Kinerja Kualitas dan Konsekuensi terhadap Kinerja Keuangan**. Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.
- Kotler, Phillip. 2003. **Marketing Manajement**. New Jersey: Prentice Hall.
- Kaplan, Robert S and David P. Norton, 1996. **Translating Strategy Into Action: The Balanced**. United States of America: Harvard Business School Press.
- Lovelock, Christopher dan Wright. Laurent. 2002. **Principle Service Marketing Management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta: Salemba Empat.
- Nagar, V., an M. V. Rajan. 2001. **The Revenue Implications of Financial and Operational Measures of Product Quality**. The Accounting Review 76 (4):495-513.
- Palilati, Alida. 2004. **Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan**. Analisis. No.2 Tahun 2004, Maret.
- Solomon, Michael dan Stuart, Elnora. 1998. **Marketing**. New Jersey: Prentice Hall.
- Supranto. J. 1997. **Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Surifah. 2003. **Evaluasi Terhadap Laporan Keuangan: Konsep Dasar, Proses Penyusunan Dan Informasi Keuangan Yang Dihasilkan**. Jurnal Kompetensi, 01(2), 141-152.
- Suwardjono. 2005. **Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan**. Yogyakarta: 2005.
- Tjiptono, Fandy. 1999. **Pemulihan Jasa**. Usahawan No.6 Tahun XXXIII, Juni.
- . 2000. **Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer**. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zeithaml, Valarie A dan Bittner, Mary Jo. 2003. **Service Marketing**. USA: McGraw.