

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (Bpjs) Kesehatan Ditinjau dari Prespektif Islam**

**(Studi Kasus di Rumah Sakit Cibabat Cimahi)**

THE INFLUENCE OF QUALITY OF SERVICE ON THE SATISFACTION OF PARTICIPANTS OF THE SOCIAL SECURITY ORGANIZING BODY (BPJS) IN TERMS OF ISLAM PRESPECTIVE  
(Case Study in Cibabat Cimahi Hospital)

<sup>1</sup>Gina Siti Nurjanah <sup>2</sup>Eva Misfah Bayuni <sup>3</sup>Yayat Rahmat Hidayat

<sup>123</sup>*Muamalah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung*

*Jl. Tamansari No.1, Bandung 40116*

*Email : ginasnurjanah034@gmail.com*

**Abstract.**Talking about state guarantees for the people, it cannot be separated from health problems. This is because health problems are things that are most often experienced by every level of society. For that, through the State Health BPJS try to overcome health problems. But in its application there are phenomena that are felt to be in fact not in accordance with the expectations of the community. This study aims to determine the condition of Service Quality and Customer Satisfaction as measured by descriptive analysis and verification, namely to find out how the conditions of these variables and how the relationship between Service Quality and Customer Satisfaction and how much influence the variable Quality of Service on Customer Satisfaction. The sample in this study amounted to 77 respondents. The research method used is a quantitative method with a field research (Field Research). The results show that the correlation of service quality to customer satisfaction is equal to 0.928 and the effect of Service Quality on all four dimensions of Service Quality is only two dimensions that have a significant effect on customer satisfaction, namely the dimensions of assurance and concern. the dominant variable is Assurance.

**Keywords:** Service Quality, Consumer Satisfaction, service quality in the view of Islam

**Abstrak.**Berbicara tentang jaminan negara pada rakyatnya maka tidak terlepas dari masalah kesehatan. Hal ini merupakan hal yang selalu dialami oleh setiap lapisan masyarakat. Untuk itu BPJS Kesehatan Negara mencoba menanggulangi masalah kesehatan. Namun pada penerapannya terdapat fenomena-fenomena yang dirasa malah tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan yang diukur dengan analisis deskriptif dan verifikatif yaitu untuk mengetahui bagaimana kondisi variabel-variabel tersebut dan bagaimana hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan serta seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Reseach*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,928 dan pengaruh Kualitas Pelayanan dari ke-4 dimensi Kualitas Pelayanan hanya dua dimensi yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu dimensi jaminan dan kepedulian.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, kualitas pelayanan dalam pandangan Islam

### **A. Pendahuluan**

Kebutuhan dasar manusia untuk dapat hidup layak dan produktif itu dilihat dari kesehatan jasmani dan rohaninya. Untuk itu diperlukan penyelenggaraan pelayanan kesehatan yang baik untuk masyarakat, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang

Nomor 36 Tahun 2009 Pasal 5 Ayat (1) dan (2) tentang kesehatan ditegaskan bahwa ” setiap orang mempunyai hak yang sama seperti akses atau sumber daya di bidang kesehatan dan memperoleh kesehatan yang aman, bermutu, dan terjangkau”. Pengelolaan BPJS adalah dengan menanggung jaminan kesehatan

ataupun ketenagakerjaan bagi setiap masyarakat yang tercatat dalam daftar BPJS.

Berbicara tentang jaminan negara pada rakyatnya maka tidak terlepas dari masalah kesehatan. Hal ini disebabkan masalah kesehatan merupakan hal yang paling sering dialami oleh setiap lapisan masyarakat. Untuk itu lewat BPJS Kesehatan Negara mencoba menanggulangi masalah kesehatan. Namun pada penerapannya terdapat fenomena-fenomena yang dirasa malah tidak sesuai dengan harapan masyarakat, contohnya adalah pada saat penerimaan klaim masyarakat begitu banyak proses yang sulit, ditambah lagi pemberian klaim yang dikeluhkan masyarakat sebab dianggap tidak memuaskan. Ini sangat berbeda dengan syariat Islam dimana di dalam Islam sendiri memandang segala hak masyarakat harus ditunaikan sebagaimana mestinya. Akad-akad yang dilakukan harus memiliki kejelasan dan tidak mengandung unsur kezaliman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan peserta BPJS Kesehatan, dimana selanjutnya penulis menjelaskan tentang bagaimana kualitas yang baik terhadap konsumen menurut perspektif Islam.

## B. Landasan Teori

### 1. Kualitas Pelayanan

Menurut J. Supranto dalam bukunya "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*"<sup>1</sup>, kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja

merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar, ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan.

Pemberian pelayanan dalam perusahaan berbasis Islam dan konvensional tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaan, yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik sebaiknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyaikan amanah yang menjadi tanggung jawabnya<sup>2</sup>. Baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha akan menentukan sukses dan gagalannya bisnis yang dijalankan.

Apabila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dan nyaman maka pelanggan dapat beralih ke perusahaan lain. Pelaku bisnis harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan merasa nyaman dan terhindar dari rasa takut dan tidak percaya dari pelayanan yang diberikan.

Adapun prinsip-prinsip umum yang harus diperhatikan dalam bidang pelayanan adalah<sup>3</sup>:

- a. Merumuskan strategi pelayanan.
- b. Strategi pelayanan dimulai dengan

<sup>1</sup>J. Supranto, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan*", (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h.228

<sup>2</sup> Veithzal Rivai Zainal, "*Islamic Marketing Management*" (2017) hal 179

<sup>3</sup> Julian Yamit, "*Manajemen Kualitas*", (Yogyakarta: Ekonisia, 2011) hal 23

- perumusan suatu tingkat keunggulan yang dijanjikan kepada konsumen.
- c. Mengkomunikasikan kualitas kepada konsumen. Hal ini membantu konsumen agar tidak salah menafsirkan tingkat kepentingan yang akan diperolehnya. Konsumen perlu mengetahui dengan jelas mengenai macam dan tingkat pelayanan yang akan diperolehnya.
  - d. Menerapkan standar kualitas dengan jelas. Hal ini perlu diketahui agar setiap orang mengetahui secara jelas tingkat kualitas yang harus dicapai.
  - e. Menerapkan sistem pelayanan yang baik.
  - f. Menghadapai persaingan tidak hanya cukup dengan senyuman dan sikap yang ramah, tetapi perlu yang lebih dari itu, yaitu suatu sistem yang terdiri dari metode dan prosedur untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara tepat.
  - g. Karyawan yang berorientasi pada kualitas pelayanan.

Survei tentang kepuasan dan kebutuhan konsumen.

## 2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang (konsumen) setelah ia mengalami suatu tindakan atau hasil dari tindakan yang

memenuhi harapan-harapannya<sup>4</sup>. Konsumen adalah seorang individu yang secara berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut<sup>5</sup>. Kepuasan konsumen di dalam kesehatan adalah keluaran (*outcome*) layanan kesehatan. Dengan demikian kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan dari peningkatan mutu layanan kesehatan. Ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen berdampak pada keluaran dari layanan kesehatan. Berikut teori kepuasan dilihat dari kualitas pelayanan:

Kepuasan konsumen di dalam kesehatan adalah keluaran (*outcome*) layanan kesehatan. Dengan demikian kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan dari peningkatan mutu layanan kesehatan. Ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen berdampak pada keluaran dari layanan kesehatan. Berikut teori kepuasan dilihat dari kualitas pelayanan<sup>6</sup>:

- a. Teori Servqual  
Dalam teori ini terdapat empat dimensi yang digunakan konsumen dalam menilai kualitas pelayanan kesehatan, yaitu: Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Empati (*Empathy*), Jaminan (*Assurance*)

<sup>4</sup> Bambang Hartono, "*Manajemen Pemasaran Untuk Rumah Sakit*", (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 46.

<sup>5</sup> Rambat Lupiyoado, "*Manajemen Pemasaran jasa*", (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 174.

<sup>6</sup> Kolter Philip, A.B Susanto, "*Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia*", (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 52.

- b. Teori Vincent  
 Dalam teori *Vincent* mendefinisikan 10 dimensi untuk melihat kualitas pelayanan, yaitu ketepatan waktu pelayanan, akurasi layanan, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, tanggung jawab, layanan pribadi, kemudahan mendapat layanan, variasi model layanan, layanan pribadi, kenyamanan dalam memperoleh layanan, dan atribut pendukung lainnya seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, AC, dan lain-lain.
- c. Teori Etter dan Perneger  
 Kepuasan pasien terhadap pelayanan kesehatan meliputi aspek ketelitian dan kecermatan tenaga kesehatan, keahlian tenaga kesehatan, pelayanan medis, kepercayaan terhadap tenaga medis, selektifitas dokter dalam memberikan obat, keterbukaan tenaga medis dalam menjawab pertanyaan pasien dan memberi penjelasan tentang penyakit pasien, keselektifan dokter dalam merujuk pasien, kemudahan akses pelayanan, waktu tunggu, dan keramahan tenaga medis.

### 3. Teori Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menurut Prespektif Islam

Dalam pandangan ekonomi Islam yang dijadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah<sup>7</sup>. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah. Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai di dalam Al-Qur'an, akan tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik kepada manusia itu telah diperintahkan oleh Allah SWT.

Kualitas pelayanan diberikan oleh sebuah perusahaan tentunya tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikam pelayanan harus berprinsip pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dalam menjalankan syariat Islam.

Fakih Wijayanto mengemukakan dalam bukunya "Marketing Islmi"<sup>8</sup> bahwa seorang muslim yang ditugasi mengurus urusan umat (pemimpin) wajib memiliki spirit mencintai kebenaran, bijaksana, menjaga amanah dan kepercayaan, ikhlas dan memiliki semangat pengabdian terhadap masyarakat, melayani masyarakat dengan baik, zuhud terhadap kekuasaan, jujur, memiliki visi keumatan, dan tanggung jawab moral. Apabila diamanti tanggung jawab oleh perusahaan kemudian tidak dilaksanakan dengan baik sesuai standar pelayanan yang

<sup>7</sup> Veithzal Rivai Zainal, " *Islamic Marketing Management*" (2017) hal 157

<sup>8</sup> Fakih Wijayanto "Marketing Islami"(2016),hal 65

telah ditentukan, Allah akan murka kepadanya sehingga kelak tidak mendapatkan perhatian Allah di hari kiamat

Dalam pandangan ekonomi Islam yang dijadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah<sup>9</sup>. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah. Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai di dalam Al-Qur'an, akan tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik kepada manusia itu telah diperintahkan oleh Allah SWT, adapun dalil yang syara' terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-Imran ayat 159 yang berbunyi:

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ خَيْرٌ مِنْهَا ۖ وَمَنْ  
جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَى الَّذِينَ عَمِلُوا  
السَّيِّئَاتِ إِلَّا مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ<sup>10</sup>

*Artinya : Barangsiapa yang datang dengan (membawa) kebaikan, maka baginya (pahala) yang lebih baik daripada kebaikannya itu; dan barangsiapa yang datang dengan (membawa) kejahatan, maka tidaklah diberi pembalasan kepada orang-orang yang telah mengerjakan kejahatan itu, melainkan (seimbang) dengan apa yang dahulu mereka kerjakan.*

Dari ayat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa setiap manusia dituntun untuk berperilaku lemah lembut agar orang lain merasakan

kenyamanan bila berada disampingnya. Sama halnya dengan konsumen yang harus mendapatkan pelayanan dengan baik. Bukan berarti tidak boleh kasar/tegas dalam bertindak namun dalam konteks pelayanan terhadap konsumen, maka perilaku lemah lembut itu penting dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Jadi segala sesuatu dalam melakukan sebuah bisnis haruslah memberikan pelayanan yang baik, dengan pelayanan yang baik maka akan dapat memberikan efek bagi perusahaan yaitu kepuasan kepada konsumen.

### C. Analisis dan Hasil Pembahasan

Hasil dari( uji t) penelitian tersebut adalah dapat disimpulkan bahwa, untuk variable X1 dan X2 yaitu variabel keandalan dan ketanggapan memiliki nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan dan ketanggapan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan peserta BPJS Kesehatan di Rumah Sakit Cibabat Cimahi, variabel X3 dan X4 yaitu variabel Jaminan dan Kepedulian memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Jaminan dan Kepedulian mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan peserta BPJS Kesehatan di Rumah Sakit Cibabat Cimahi<sup>11</sup>.

Dari hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai F hitung sebesar  $247,651 > F_{Tabel} 2,18$  dengan angka signifikansi (*P value*) sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Atas dasar perbandingan berarti variabel Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Kepedulian mempunyai pengaruh yang

<sup>9</sup> Veithzal Rivai Zainal, "Islamic Marketing Management" (2017) hal 158

<sup>10</sup> Departemen Agama, Al-Quran dan terjemahnya,(CV Penerbit Diponegoro 2010) hal,71

<sup>11</sup> Yayat Rahmat Hidayat, Ifa Hanifia Senjiati (2016),"Modul Praktikum Statistika",hal 97

signifikan secara simultan terhadap variabel nilai kepuasan.

Kemudian dari hasil uji regresi berganda didapatkan hasil sebagai berikut : Berdasarkan pada table maka didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -6.810 + 0,075X_1 + 0,164 X_2 + 0,581 X_3 + 0,186 X_4$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Ketika  $X_1, X_2, X_3, X_4$  adalah nol (0) maka nilai  $Y$  adalah -6,810
- b. Setiap penambahan satu satuan  $X_1$  akan menambah  $Y$  sebesar 0,075
- c. Setiap penambahan satu satuan  $X_2$  akan menambah  $Y$  sebesar 0,164
- d. Setiap penambahan satu satuan  $X_3$  akan menambah  $Y$  sebesar 0,581
- e. Setiap penambahan satu satuan  $X_4$  akan menambah  $Y$  sebesar 0,186

#### D. Kesimpulan

Didalam syariat Islam Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sangatlah penting diutamakan karena Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyaiakan amanah yang menjadi tanggung jawabnya. Dalam hal ini pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen tentunya memiliki pengaruh yang sangat besar, Baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha akan menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan.

1. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen peserta BPJS Kesehatan di Rumah Sakit Cibabat Cimahi masih dinilai kurang baik karena dari hasil penelitian, para pasien

peserta BPJS Kesehatan kelas I merasa bahwa biaya iuran yang mereka keluarkan tidak sesuai dengan fasilitas pelayanan yang mereka terima di Rumah Sakit tersebut.

2. Hasil dari uji  $t$  dapat disimpulkan bahwa, untuk variable  $X_1$  dan  $X_2$  yaitu variabel keandalan dan ketanggapan memiliki nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , yaitu untuk variabel keandalan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1097 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu 1993, sedangkan untuk variabel ketanggapan nilai  $t_{hitung}$  yang didapatkan sebesar 1990 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu 1993. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan dan ketanggapan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan peserta BPJS Kesehatan di Rumah Sakit Cibabat Cimahi, sedangkan variabel  $X_3$  dan  $X_4$  yaitu variabel Jaminan dan Kepedulian memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu untuk variabel jaminan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,612 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1993, dan untuk variabel kepedulian memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,457 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1993. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Jaminan dan Kepedulian mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan peserta BPJS Kesehatan di Rumah Sakit Cibabat Cimahi.
3. Dari hasil uji  $F$  pada penelitian ini didapatkan nilai  $F$  hitung sebesar  $247,651 > F$  Tabel 2,18 dengan angka signifikansi ( $P$  value) sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dan secara parsial

nilai ( $R^2$ ) yang dihasilkan sebesar 92,8% , yang artinya variabel independent (keandalan, ketanggapan, jaminan, kepedulian) berkorelasi kuat dan dapat menjelaskan variabel dependen (kepuasan peserta BPJS Kesehatan). Atas dasar perbandingan berarti variabel Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Kepedulian mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel nilai kepuasan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Supranto, J. (2011). "*Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan*". Jakarta: Rineka Cipta
- Zainal, Veithzal Rivai. (2017) "*Islamic Marketing Management*"
- Hartono, Bambang. (2010) "*Manajemen Pemasaran Untuk Rumah Saki*". Jakarta: Rineka Cipta.
- Lupiyoando, Rambat. (2006) "*Manajemen Pemasaran jasa*", Jakarta: Salemba Empat.
- Wijayanto, Fakih. (2016) "*Marketing Islami*".
- Hidayat, Yayat Rahmat dan Senjiati, Ifa Hanifia. (2016). "*Modul Praktikum Statistika*"
- Departemen Agama, Al-Quran dan terjemahnya. (2010). CV Penerbit Diponegoro.
- Kolter Philip, A.B Susanto, (2000) "*Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia*", Jakarta: Salemba Empat
- Yamit, Julian. (2011) "*Manajemen Kualitas*". Yogyakarta: Ekonisia.