

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Kesehatan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam di Rumah Sakit Universitas Sebelas Maret

Pamungkas Putra Cahyanto

Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email correspondence: pamungkaspcahyanto@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and promotion on people's interest in using health services from an Islamic economic perspective at Sebelas Maret University Hospital (UNS). This study uses probability sampling and 50 respondents which are patients or visitors. The method of this research is a quantitative research method. For the program using IBM Statistics SPSS 23. This study uses 2 variables. The independent variable is community interest, while the dependent variable is service quality and promotion. The results of this study indicate that partially service quality has no significant effect on public interest based on the $t_{test} (0.950) < t_{table} (2.01174)$. Promotion has a significant positive effect on public interest based on the $t_{test} (3.807) > t_{table} (2.01174)$. Service Quality and Promotion have a significant positive effect simultaneously. Promotion as the independent variable that dominantly influences public interest as the dependent variable.

Keywords: service quality, promotion, community interest

Citation suggestions: Cahyanto, P. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Kesehatan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam di Rumah Sakit Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(02), 361-364. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Kehadiran rumah sakit saat ini pada dasarnya merupakan buah mata rantai sejarah kedokteran yang pertama kali digagas seorang pemikir Muslim, Ibnu Sina. Tidak bisa dihapus begitu saja dari sejarah. Ibnu Sina adalah sosok penemu ilmu kedokteran di dunia. Menurut catatan sejarah, beberapa pemikirannya banyak diilhami oleh tradisi penyembuhan yang pernah dikembangkan Rasulullah beserta para sahabatnya. Tidak heran jika saat ini orang mulai membuka kembali mata objektivitas metode penyembuhan sesuai tradisi nabi (Puspita. 2021). Kekhasan pelayanan sebuah Rumah Sakit Islam dimasa keemasan dapat menjadi inspirasi Rumah Sakit modern agar tetap dalam kaidah-kaidah Islam. Rumah sakit Islam memberikan pelayanan kepada semua orang tanpa membedakan warna kulit, agama, serta strata sosial. adanya kerja sama yang baik antar dokter dalam penanganan pasien meskipun mereka berbeda agama. Menerapkan pemisahan bangsal untuk pasien laki-laki dan perempuan, juga pemisahan ruang rawat antara pasien penyakit menular dan pasien lainnya. Adanya pembagian tugas perawat, di mana perawat laki-laki bertugas merawat pasien laki-laki dan perawat perempuan merawat pasien perempuan. Rumah sakit Islam juga sangat memerhatikan kamar mandi dan pasokan air dengan pertimbangan bahwa dalam kondisi sehat ataupun sakit, shalat tetap merupakan sebuah kewajiban. Untuk memenuhi kebutuhan itu, rumah sakit menyediakan air yang melimpah difasilitasi dengan fasilitas kamar mandi (Mulawarman. 2018).

Sebagai pelayanan kesehatan masyarakat, Rumah Sakit memiliki masalah utama yaitu mengenai pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan pasien atau tidak. Oleh karena itu, pihak Rumah Sakit dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan pasien dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Pelayanan kesehatan bermutu adalah pelayanan kesehatan termasuk pelayanan kesehatan dalam keadaan darurat dan bencana, pelayanan kesehatan yang memenuhi kebutuhan masyarakat serta diselenggarakan sesuai dengan standar dan etika profesi (Hapsara. 2014). Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari

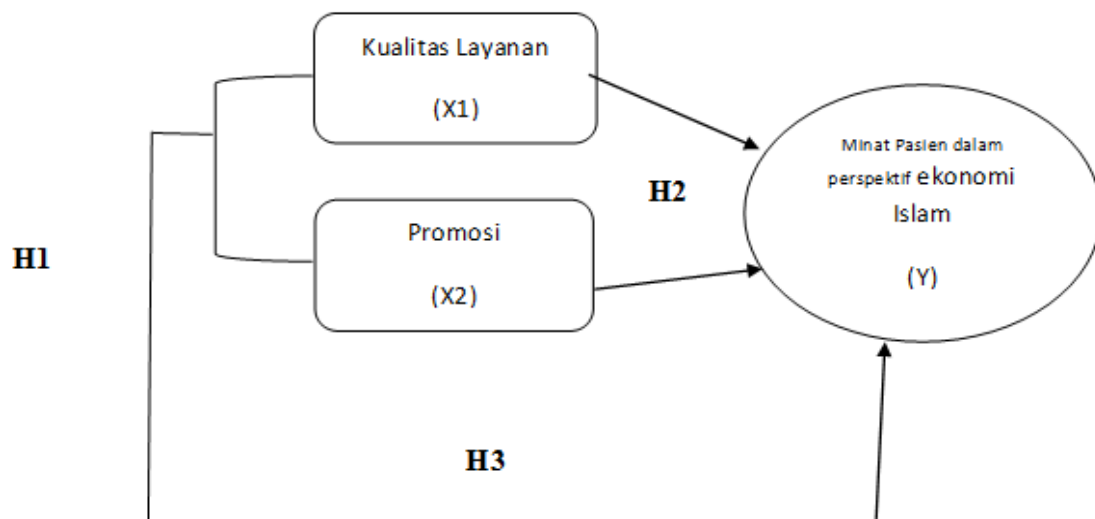
konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh Syariat Islam (Othman,owen. 2011). Pelayanan dalam Islam mempunyai beberapa karekteristik yang utama yaitu rabbaniyah, akhlaqiyah, waqi'iyah dan insaniyah. Karakteristik rabbaniyah atau keyakinan dan penyerahan segala sesuatu karena kehendak Allah SWT lah yang menjadi pembeda antara pelayanan kesehatan Islami dengan pelayanan kesehatan non Islami. Sedangkan karakteristik yang lainnya merupakan karakteristik pada umunya yang terdapat pada pelayanan jasa di rumah sakit. Namun, cara penerapan dan perkembangannya berbeda dengan pelayanan kesehatan Islami yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Saleh, Jamaluddin. 2007).

Rumah sakit mulai makin memperhatikan pasar dan memperhitungkan perubahan yang terjadi pada lingkungan kesehatan eksternal ketika menyusun strateginya. Penelitian pasar penting bagi rumah sakit sebagai sarana mendapatkan informasi tentang hal hal yang sebenarnya dicari pasien ketika mereka membutuhkan layanan rumah sakit, dan mengetahui hal yang membuat pasien puas atau tidak puas terhadap jasa rumah sakit yang diterima (Arifin. 2016). Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon pelanggan yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan pelanggan akan produk, promosi juga ikut memengaruhi pelanggan untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra perusahaan di mata para pelanggan (Adhipratama. 2018).

Rumah Sakit Universitas Sebelas Maret atau RS UNS merupakan salah satu Rumah Sakit dengan tipe C di Surakarta yang mempunyai icon 3C ,yaitu yang pertama adalah Care yang memiliki makna, Memberikan pelayanan paripurna berbasis pada perkembangan ilmu kedokteran sekaligus menjadikan rumah sakit sebagai pusat pendidikan dan penelitian ilmu kedokteran itu sendiri. Kedua adalah Commitment, yaitu Memberikan pelayanan sesuai standar keselamatan pasien,serta komitmen pada standar profesi dan standar pelayanan kedokteran, baik pelayanan kesehatan, proses pendidikan, maupun penelitian. Ketiga yaitu Conscience memiliki arti Hubungan kerja tanpa memandang strata atau kedudukan, memberikan perhatian, empati, kenyamanan, dan komunikasi serta melakukan tindakan dengan rasa berbagi dan berbasis pada prinsip kebersamaan dalam pelayanan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan data konkrit, data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan orang (Sugiyono, 2012).



Gambar 1

Dalam penelitian ini, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat atau pasien dengan teknik pengambilan sampel (Sugiyono. 2019). Metode penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode probability sampling yaitu suatu prosedur pengambilan sampel yang memperhatikan

kaidah-kaidah peluang (probability), sehingga bias dan sampling error pengambilan sampel ini dapat ditentukan berdasarkan sampel yang terpilih dengan masyarakat atau pengunjung yang datang ke rumah sakit bukan hanya pasien tetapi juga bisa pengantar pasien yang berusia dewasa atau 18 tahun keatas agar dapat memudahkan dalam pengambilan sampel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial dan secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, antara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas dari gejala multikolenieritas dan terbebas dari heteroskedastisitas. Dari analisis sebelumnya membuktikan bahwa penelitian ini sudah dianggap baik.

Tabel 1

Model	B	Std. Error	t-hitung	Sig
(Constant)	7.325	2.144	3.417	.001
Kualitas Pelayanan	.163	.171	.950	.347
Promosi	.669	.176	3.807	.000

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresinya yaitu: $Y = 7.325 + 0.163X_1 + 0.669X_2 + e$

Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan uji t yaitu dengan melihat nilai signifikansi t-hitung, Jika nilai signifikansi t-hitung < dari 0,05 maka dapat dikatakan variabel independen tersebut mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 2

Variabel	t-hitung	Sig	Keterangan
Motivasi Kerja	.950	.347	Tidak Signifikan
Dukungan Rekan Kerja	3.807	.000	Signifikan

Pada statistik uji-t yang terdiri dari kualitas pelayanan (X_1) dan promosi (X_2) dapat diketahui secara parsial pengaruhnya terhadap minat masyarakat (Y):

- Variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($0,950 < (2,01174)$ atau $\text{sig } t = 0,347 > 0,05$ berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat masyarakat.
- Variabel promosi menunjukkan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3,807 > (2,01174)$ atau $\text{sig } t = 0,000 < 0,05$ berarti variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Dengan kriteria pengujian tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha=0,05$). Jika taraf signifikansinya $> 0,05$ H_0 ditolak dan jika taraf signifikansinya $< 0,05$ H_0 diterima.

Tabel 3

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	56.465	2	28.232	23.151	.000 ^b
Residual	57.315	47	1.219		
Total	113.780	49			

Pengujian signifikan bertujuan untuk mengetahui signifikansi kualitas kerja (X_1) dan promosi (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat (Y). Uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan uji F. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 23,151 lebih besar dari F tabel 3,195056 serta nilai P value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya.

Tabel 4

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.475	1.104

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,475 yang artinya hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat masyarakat sebesar 47,5%. Selebihnya 52,5% (100% - 47,5%) ditentukan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Dari hasil uji secara simultan (uji F) yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa kesehatan di Rumah Sakit Universitas Sebelas Maret (UNS) maka analisis ini diterima.
- Dari hasil uji parsial yang dilakukan pada hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa kesehatan di Rumah Sakit Universitas Sebelas Maret (UNS). Hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan program spss versi 23 diperoleh hasil dengan nilai t hitung ($0,950 < t \text{ tabel } (2,01174)$ atau $\text{sig } t = 0,347 > 0,05$ berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat.
- Dari hasil uji parsial yang dilakukan pada hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa kesehatan di Rumah Sakit Universitas Sebelas Maret (UNS). Hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan program spss versi 23 diperoleh hasil dengan nilai t hitung ($3,807 > t \text{ tabel } (2,01174)$ atau $\text{sig } t = 0,000 < 0,05$ berarti variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur atas rahmat Allah SWT yang dilimpahkan karunia-Nya penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga atas motivasi, dukungan, dan semangat yang telah diberikan, dan juga kepada seluruh dosen ITB AAS Indonesia yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang bermanfaat sehingga penulis telah menyelesaikan pendidikan program sarjana secara tepat waktu.

6. REFERENSI

- Abdullah, Thamrin. (2011). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers
- Adhipratama, A. A. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non Muslim untuk Menggunakan Bank Syariah (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Adhi, Ernawati. (2012). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Candi Indah Semarang. Jurnal Mahasiswa Q-MAN, Volume I, No. 3, halaman 44-56.
- Annisa Shofiana. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pasien Pada Rumah Sakit Annisa Medika 2 Pekanbaru. Jom Fisip Vol. 6: Edisi II
- Anton. (2006). Multivariate Analysis dengan SPSS. Salatiga: STAIN Salatiga Press
- Rahmawati, A. (2018). Minat. Universitas Islam Riau
- Cintha. (2023). Marketing Dan Manajemen. Accurate
- Fadla, A. (2016). Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru
- Gulo, W. (2007). Metodologi Penelitian. Jakarta : JasindoBawono
- Mulawarman, Dedi, dkk. (2018). Akuntansi Syariah untuk Rumah Sakit: Teori, Prinsip, dan Praktik. Depok: Rajawali Press
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadi, Tino, dkk. (2021). Pengaruh Pelayanan Dengan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Pasien Umum Rawat Jalan. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(03), 2021, 1774-1784