

HUBUNGAN ANTARA KEADILAN ORGANISASI DENGAN PERILAKU BERORIENTASI PELANGGAN PADA PERAWAT RSPM MEDAN

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
Guna Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Untuk Mendapat Gelar
Sarjana Psikologi**



Oleh :

SITI MARIA SARAGI
NIM : 04 860 0003

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2009**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

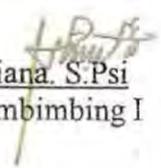
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area.
Access From repository.uma.ac.id 30/5/24

JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN ANTARA KEADILAN ORGANISASI
DENGAN PERILAKU BERORGANISASI
PELANGGAN PADA PERAWAT RSPM MEDAN

NAMA MAHASISWA : SITI MARIA SARAGI

NIM : 04.860.0003

BAGIAN : PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI


Istiana S.Psi
Pembimbing I

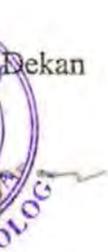

Nini Sri Wahyuni S.Psi, MPd
Pembimbing II



Kepala Bagian


Rahmi Lubis S.Psi, MSi

Dekan


Dra. Irna Minauli, MSi



Tanggal Sidang Meja Hijau

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

ii

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

DIPERTAHANKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA
DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH
DERAJAT SARJANA (S1) PSIKOLOGI

PADA TANGGAL

MENGESAHKAN
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
Dekan

Dra. Irma Minauli, MSi

DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Suryani Hardjo, S.Psi. MA

2. Istiana, S.Psi

3. Nini Sri Wahyuni, S.Psi. MPd

4. Zuhdi Budiman, S.Psi

5. Babby Hasmainsi, S.Psi. Msi

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

MOTTO

Tak berkesudahan kasih Tuhan.

Tak habis-habis rahmatnya selalu baru setiap pagi, besar kesetiaanmu ! Tuhan adalah bagianku, kata jiwaku, oleh sebab itu akan berharap kepada-nya.

Sebab itu janganlah kamu kuatir akan hari esok karena hari esok mempunyai kesusahannya sendiri.

Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari.

Hanya kepada Allah saja kiranya aku tenang sebab daripadanyalah harapanku. Hanya pada dialah gunung batuku dan keselamatanku, kota bentengku, aku tidak akan goyah pada Allah ada keselamatanku.

Tempat perlindunganku adalah Allah BapaKu.

PERSEMBAHAN

Haleluya

Pujilah Allah di tempat Kudusnya !

Pujilah dia dalam cakrawala-nya yang kuat !

Pujilah dia karena segala keperkasaan-nya yang hebat !

Biarlah segala yang bernafas memuji Tuhan.

Besumlah Tuhan dan sangat terpuji.

Puji syukur atas keluarga dan sahabat.

Tak henti-hentinya ucapan syukur ku panjatkan atas karya sederhana ini

Semuanya kupersembahkan kepada :

Tuhan Yesus Kristus.

Orangtuaku yang telah tiada.

Suami tercinta dan anak-anakku

Sahabat

Saudara

Serta seluruh kerabat

Semoga kasih setia Tuhan senantiasa beserta kita

Amazing Grace, I love you all

KATA PENGANTAR

Syaloom,

“Bersyukurlah kepada Tuhan, sebab ia baik, bahwasanya untuk selamanya kasih setianya”.

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan kasih setia-nya yang senantiasa menyertai penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai, karena penulis yakin Tuhan selalu menemani penulis pada saat menghadapi hambatan-hambatan dalam penyelesaian skripsi ini.

Dengan kasih karunia Tuhanlah selama dalam studi sampai penyelesaian skripsi ini yang berjudul “Hubungan Antara Keadilan Organisasi Dengan Perilaku Berorientasi Pelanggan pada Perawat Badan Pelayanan RSUD Dr. Pirngadi Medan. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan S-1 di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan.

Selama dalam menjalani studi dan menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala hormat dan dengan kerendahan serta ketulusan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Kepada kedua orangtua saya yang telah tiada (terima kasih telah melahirkan saya ke dunia ini)
2. Suami tercinta D. Tampubolon, SH. yang selalu setia mengantar / menjemput penuh pengertian dan dukungan semoga kesehatan milik kita serta murah rejeki.

3. Anak-anak saya yang tercinta dan tersayang, Fitri Sari, Yohannes, Trini Apriyanti maafkan mama yang selalu cerewet kadang-kadang membuat kalian kesal, semoga kuliah dan sekolahnya cepat tamat.
4. Ibu Dra. Ina Minauli, Msi sebagai Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan. Semoga The Best Psikologi UMA tetap bertahan.
5. Ibu Istiana, S.Psi, sebagai dosen pembimbing I, yang begitu baik dan pengertian dan banyak memberikan semangat serta meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis, terima kasih Ibuku sayang
6. Ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi. M.Pd, sebagai dosen pembimbing II, thank's ibuku yang baik, senyum dan kelembutan ibu membimbingku, memberiku semangat pada aku untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Zuhdi Budiman, S.Psi selaku pembantu dekan I Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan, sekaligus sebagai dosen tamu pada ujian skripsi, thanks Pak atas pinjaman bukunya dan saran yang bapak berikan semoga Tuhan membalaskan kebaikan Bapak.
8. Ibu Suryani Hardjo, S.Psi. MA, selaku Pembantu Dekan III Fakultas Psikologi Universitas Medan Area sekaligus sebagai Dosen ketua pada sidang meja hijau skripsi yang juga telah banyak memberikan sumbangan dukungan pemikiran serta memberikan yang terbaik demi kelancaran skripsi ini, thank's atas kebaikan ibu semoga kesehatan milik ibu.
9. Ibu Babby Hasmairi, S.Psi, Msi sebagai Dosen sekretaris penguji pada ujian skripsi, terima kasih ibu.
10. Ibu Sarinah, S.Psi, Semoga Tuhan membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

11. Bapak Ibu Dosen di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan mata kuliah hingga terlaksana skripsi.
12. Seluruh staf tata usaha di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah banyak membantu dalam kelancaran administrasi akademik terima kasih atas kerjasamanya.
13. Bapak Pdt. T. Sitompul, STh yang begitu baik dan sabar banyak menyumbangkan waktu dan tenaganya serta dukungan motivasi, doa bagi penulis untuk tetap semangat hingga terlaksana skripsi ini, hanya ucapan terima kasih yang sebesarnya yang bisa kusampaikan semoga sehat selalu supaya cepat selesai Pasca sarjananya, semangatlah Amang. God bless you.
14. Bapak Drs. H. Mhd. Norman, MM selaku sekretaris Badan Pelayanan Kesehatan RSUD Pringadi Medan yang begitu baik dan pengertian banyak bersabar dengan tingkah laku saya di kantor selama mengikuti perkuliahan. Maafkan saya Pak karena sering terlambat, terima kasih atas kebaikan Bapak semoga sukses dalam menjalankan kepemimpinan management Badan Pelayanan Kesehatan RSUD Pringadi Medan.
15. Eritawati, yang begitu baik dan pengertian jaga gawang. Terima kasih ya telah membantu kerja saya selama mengikuti perkuliahan. Semoga Tuhan membalas kebaikanmu.

Dengan penuh kerendahan hati, penulis menyadari bahwa hanya Tuhanlah yang memiliki segala kesempurnaan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap

kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Kiranya peneliti selanjutnya bisa memperoleh manfaat dan juga wawasan, khususnya penelitian yang berhubungan dengan keadilan organisasi dengan berorientasi pelanggan, akhir kata penulis mengucapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Medan , Pebruari 2009

Siti Maria Saragi



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	5
C. Manfaat Penelitian	5
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Perilaku Berorientasi Pelanggan.....	7
1. Pengertian Perilaku Berorientasi Pelanggan	7
2. Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit.....	8
3. Ciri-ciri Perilaku Berorientasi Pelanggan.....	11
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Berorientasi Pelanggan	14
B. Keadilan Berorganisasi.....	15
1. Pengertian Keadilan Berorganisasi	15
2. Model Keadilan Berorganisasi.....	16
3. Aspek-aspek Keadilan Berorganisasi	18

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keadilan Berorganisasi	20
C. Perawat	20
1. Pengertian Perawat	20
2. Tugas-tugas Perawat	21
D. Hubungan Antara Keadilan Berorganisasi dengan Perilaku Berorientasi Pelanggan	21
E. Hipotesis	26
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel Penelitian	27
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
D. Metode Pengumpulan Data	29
E. Validitas dan Reliabilitas.....	31
F. Metode Analisis Data	33
BAB IV. PELAKSANAAN, ANALISIS DATA, HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Orientasi Kancah dan Persiapan Penelitian	35
B. Pelaksanaan Penelitian	41
C. Analisis Data dan Hasil Penelitian	42
D. Pembahasan	47
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel :

1. Distribusi Butir Skala Keadilan Berorganisasi Sebelum Uji Coba ...	37
2. Distribusi Butir Skala Berorientasi Pelanggan Sebelum Uji Coba. ..	38
3. Distribusi Butir Skala Keadilan Berorganisasi Setelah Uji Coba	39
4. Distribusi Butir Skala Berorientasi Pelanggan Setelah Uji Coba	40
5. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	43
6. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linieritas Hubungan	43
7. Rangkuman Hasil Analisis Korelasi Product Moment	44
8. Statistik Induk	44
9. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Nilai Rata-rata Empirik	46

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran :

A. Uji Coba Skala	56
A-1. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Keadilan Berorganisasi	57
A-2. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Berorientasi Pelanggan	65
B. Uji Asumsi	71
B-1. Uji Normalitas Sebaran	72
B-2. Uji Linieritas Hubungan	77
C. Analisis Korelasi Product Moment	81
D. Skala	87
D-1. Keadilan Berorganisasi	88
D-2. Perilaku Berorientasi Pelanggan	93
E. Surat Keterangan Bukti Penelitian	96

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia telah dicanangkan tanggal 4 September sebagai Hari Pelanggan Nasional yang didasari keyakinan bahwa kita memerlukan revolusi kepuasan pelanggan. Gagasan ini disokong oleh kementerian BUMN yang menyatakan bahwa pelanggan merupakan alasan keberadaan suatu perusahaan, sementara pelanggan loyal pada kualitas dan bukan pada perusahaan. Dalam hal Rumah Sakit, pelanggan eksternal yang paling penting tentunya adalah pasien, dan karena itu, segala upaya perlu dilakukan untuk membuat pasien terlayani dengan puas.

Rumah Sakit sebagai salah satu sarana kesehatan adalah tempat yang digunakan untuk menyelenggarakan upaya kesehatan. Upaya kesehatan sendiri adalah setiap kegiatan untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan yang dilakukan oleh pemerintah dan atau masyarakat (Aditama, 2003). Rumah Sakit sebagai sebuah organisasi pelayanan jasa, yaitu jasa pelayanan kesehatan, pelanggan utamanya adalah pasien, yaitu orang sakit yang berobat karena ingin sembuh. Sebagai organisasi pelayanan jasa, kesehatan, berbagai profesi bekerja sebagai karyawan Rumah Sakit, yaitu : Dokter, Perawat, Farmasis, Analis. Nutrisionis, Elektromedis, Non Medis, serta masih banyak profesi lain yang ada di dalamnya yang merupakan suatu tim kerja yang akan menentukan baik buruknya layanan Rumah Sakit. Disamping sebagai institusi padat karya, Rumah Sakit juga dikenal sebagai organisasi padat modal, karena banyak alat-alat, terutama alat medik berteknologi tinggi yang tentu saja sangat mahal harganya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA



Melihat karakteristik Rumah Sakit yang kompleks tersebut, dapat diperkirakan betapa besar biaya operasionalnya. Agar biaya operasional dapat tercukupi, Pemerintah memberikan subsidi kepada Rumah Sakit pemerintah secara penuh, baik dalam hal gaji para pegawai, sarana, prasarana, termasuk alat-alat medik berteknologi tinggi, obat-obatan serta alat-alat kesehatan habis pakai.

Isu pasar global mengisyaratkan bahwa mekanisme pasar akan makin didominasi oleh perusahaan atau organisasi bisnis yang mampu memberikan pelayanan atau menghasilkan produk unggulan yang memiliki daya saing tinggi untuk mampu menembus pasar (Subanegara, 2003).

Globalisasi juga sudah menyentuh Rumah Sakit. Perkembangan teknologi yang sangat cepat telah menyebabkan arus informasi dengan cepat diterima dan membuat orang dengan cepat mengetahui perkembangan yang terjadi di luar negeri. Dalam hal pelayanan kesehatan, diberitakan bahwa pemerintah Singapura berusaha menekan biaya perawatan RS agar dapat menarik pasien Indonesia berobat ke Singapura. Hal serupa juga dilakukan oleh Rumah Sakit besar di Thailand yang berusaha menarik pasien dari Negara-negara Asia Tenggara dengan perilaku berorientasi pelanggan dan biaya lebih murah. Ini merupakan ancaman bagi RS di Indonesia, karena pasien-pasien yang tidak puas dengan layanan RS di Indonesia akan lebih memilih berobat di luar negeri, apalagi jika biaya yang harus dikeluarkan tidak jauh berbeda, namun layanannya sangat memuaskan (Tjong, 2004).

Manajemen baru yang digunakan sangat berbeda dengan prinsip lama. Paradigma baru yang disarankan adalah paradigma perilaku berorientasi pelanggan. Perilaku berorientasi pelanggan yang dilakukan oleh karyawan suatu organisasi merupakan suatu perilaku yang tidak terjadi dengan sendirinya.

Sudah bukan merupakan rahasia umum lagi, baik di media cetak maupun isu yang berkembang di tengah masyarakat, banyak pasien yang mengeluh tentang pelayanan yang diberikan oleh perawat yang bertugas di RSPM, untuk lebih jelasnya di Instalasi Informasi dan Pengaduan Masyarakat, setiap hari ada saja pasien atau keluarga pasien yang mengadukan dan mengeluh tentang pelayanan perawat RSPM. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perilaku yang berorientasi pada pelanggan masih belum tercipta di lingkungan RSPM.

Kelley (1992) mendefinisikan perilaku berorientasi pelanggan sebagai suatu kepentingan dimana penyedia layanan menempatkan dirinya pada kebutuhan pelanggan dan apa adanya keinginan untuk memberikan waktu dan usaha untuk memuaskan pelanggan.

Menurut Kementrian BUMN Indonesia, pelanggan merupakan alasan keberadaan suatu perusahaan, sementara pelanggan loyal pada kualitas dan bukan pada perusahaan. Dengan makin meningkatnya taraf pendidikan, maka masyarakat akan makin mampu membedakan pelayanan yang berkualitas dan yang tidak berkualitas. Oleh karena itu para pelaku pelayanan dengan produk jasa dituntut untuk meningkatkan mutu pelayanan secara prima, jika ingin mendapatkan tempat di pasar yang makin dewasa (Subanegara, 2003) perilaku berorientasi pelanggan adalah pelayanan yang bermutu dan dapat memuaskan pelanggan.

Menurut Colquitt, (2001) terpenuhinya hak dan kewajiban karyawan dan keterlibatannya dalam proses pengambilan keputusan merupakan kriteria dari keadilan organisasi. Organisasi yang adil pada karyawannya akan memberikan hak kepada karyawan seimbang dengan kewajibannya ini disebut keadilan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
UNIVERSITAS MEDAN AREA

keadilan prosedural. Menjaga suasana kerja yang kondusif, selalu melakukan pembinaan dan pengembangan karyawan adalah termasuk keadilan interaksional.

Keadilan juga dikenal dalam *Good Governance* atau *Good Corporate Governance* yang mulai diterapkan dalam institusi pemerintah dalam era modernisasi dan demokratisasi ini. Yang dimaksud adalah prinsip korporasi yang sehat yang perlu diterapkan dalam pengelolaan perusahaan, yang dilaksanakan semata-mata demi menjaga kepentingan perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya. *Good Corporate Governance* pada dasarnya mengharapkan adanya komitmen, aturan main, serta praktek penyelenggaraan pemerintahan atau bisnis yang sehat dan beretika; prinsip-prinsipnya adalah : 1) Akuntabilitas 2) Transparansi 3) Keterbukaan 4) Berdasarkan Hukum 5) Keadilan, serta 6) Partisipasi. (Muripto, 2003).

Mendapatkan keadilan dalam organisasi merupakan hal yang didambakan bagi pegawai yang bekerja diperusahaan. Pegawai akan merasa terpenuhi kebutuhannya apabila mendapatkan keadilan. James (2002) mendefinisikan keadilan organisasi merupakan gambaran individu atau kelompok mengenai keadilan dan perlakuan dari organisasi tentang reaksi perilaku mereka. Ini berarti bahwa keadilan organisasi merupakan bentuk perlakuan dari organisasi terhadap para pegawainya, dan apakah pegawai merasa diperlakukan adil atau tidak selama mereka bekerja di organisasi tersebut.

Fenomena yang ada di lingkungan RSPM adalah bahwa para karyawan baik medis maupun nonmedis merasa diperlakukan secara tidak adil, salah satu hal yang menjadi keluhan atau pembicaraan adalah mengenai pengembangan karir yang kurang transparan, tentang kriteria apa saja yang menjadi tolok ukur

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From [repository.uma.ac.id] 30/5/24

seseorang untuk menduduki jabatan yang lebih tinggi. Apakah hanya berdasarkan prestasi kerja, atau berdasarkan tingkat pendidikan. Sebab seorang karyawan yang telah melanjutkan ketinggian pendidikan dari D3 ke jenjang S1 juga belum tentu menduduki jabatan yang sesuai dengan tingkat pendidikannya.

Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: Hubungan Antara Keadilan Organisasi Dengan Perilaku Berorientasi Pelanggan Pada Karyawan Rumah Sakit Umum Dr. Pirngadi Medan.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara keadilan organisasi dengan perilaku berorientasi pelanggan pada karyawan Rumah Sakit Umum Dr. Pirngadi Medan.

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan sumbangan terhadap pengembangan teori pada dunia psikologi industri dan organisasi. Setidaknya sumbangan berupa data tentang keadilan organisasi dalam hubungannya dengan perilaku yang berorientasi pada pelanggan. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi peneliti lain untuk mengembangkan masalah tersebut secara lebih mendalam.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan informasi kepada Rumah Sakit, dimana penelitian ini dilakukan, tentang langkah-langkah yang dapat ditempuh untuk mengarahkan perilaku karyawan agar lebih berorientasi pada pelanggan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Berorientasi Pelanggan

1. Pengertian Perilaku Berorientasi Pelanggan

Lingkungan global telah melahirkan paradigma baru dengan revolusi manajemen yang menempatkan pelanggan pada posisi utama. Bahkan menurut Mulyadi (1998) seluruh kompetensi eksekutif ditujukan untuk menghasilkan pelanggan yang puas sebagai tujuan utama, disamping karyawan yang produktif dan berkomitmen, serta *financial return* yang memadai. Osborne (1996) menawarkan konsep organisasi pemerintahan wirausaha, yaitu dengan memasukkan semangat wirausaha dalam birokrasi yang karenanya harus dijalankan dengan logika-logika wirausaha. Ada 10 prinsip dalam penataan ulang birokrasi, yaitu perlunya pemerintahan yang :

- 1) katalistik, yang lebih mengutamakan pemberian pengarahan daripada pemberian pelayanan
- 2) dimiliki oleh masyarakat, yang mengutamakan pemberdayaan daripada pemberian pelayanan kepada masyarakat
- 3) kompetitif, dengan menyuntikkan semangat persaingan dalam pemberian pelayanan
- 4) didorong oleh misi
- 5) berorientasi kepada hasil, yang mengutamakan penganggaran untuk membiayai hasil

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From [repository.uma.ac.id] 30/5/24

- 6) berorientasi pelanggan, yang berusaha memuaskan kebutuhan pelanggan dan bukan birokrasi
- 7) wirausaha, suatu kegiatan yang berorientasi untuk menghasilkan
- 8) antisipatif, yang mengutamakan pencegahan daripada pengobatan
- 9) desentralisasi, yang meninggalkan hirarki menuju partisipasi dan tim kerja
- 10) berorientasi pasar, dimana berbagai perubahan didorong melalui pasar

Kelley (1992) mendefinisikan berorientasi pelanggan sebagai suatu kepentingan dimana penyedia layanan menempatkan dirinya pada kebutuhan pelanggan dan apa adanya keinginan untuk memberikan waktu dan usaha untuk memuaskan pelanggan. Sedangkan Ford, (2001) dan Suprenant & Solomon, (1987) mengatakan bahwa berorientasi pelanggan adalah bila penyedia layanan secara rutin memodifikasi layanannya untuk mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan pelanggannya, yaitu dengan cara menawarkan pada pelanggan lebih banyak pilihan, dan mendorong pelanggan untuk meningkatkan pengalaman terhadap layanan yang diberikan, tentu saja berdasarkan standard kualitas layanan yang berlaku. (dalam Susskind dkk, 2003).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku berorientasi pelanggan merupakan keinginan untuk memberikan waktu dan usaha memuaskan pelanggan, sesuai dengan kebutuhan pelanggan berdasarkan standard kualitas layanan yang berlaku.

2. Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit

Pelanggan (*customer*) atau konsumen (*consumer*) adalah sosok yang menentukan baik harga atau nilai atribusi pemasaran, baik berupa produk maupun jasa (Hadipranata, 2003). Dalam perilaku konsumen, pengambilan keputusan

untuk membeli suatu produk atau jasa secara rasional digambarkan bahwa konsumen dengan tenang dan hati-hati mengintegrasikan sebanyak mungkin informasi yang telah diketahui tentang suatu produk atau jasa layanan dengan mempertimbangkan segi-segi positif dan negatif dari masing-masing alternatif sampai akhirnya mengambil keputusan yang memuaskan (Solomon, 2003).

Kepuasan merupakan suatu hal yang sangat subyektif sifatnya, selalu berubah dari waktu ke waktu dan berhubungan erat dengan pelayanan yang diterimanya (Hizrani, dkk, 2002). Dalam konsep kepuasan pelanggan atau customer satisfaction, secara umum kita selalu diajari bahwa "*customer is the real boss*" (pelanggan adalah majikan yang sesungguhnya). Mengacu pada pendapat tersebut, ada beberapa hal yang perlu kita ketahui dalam menilai kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Dasar Kepuasan, paling mendasar timbul apabila kebutuhan dasarnya terpenuhi. Dalam hal pelanggan Rumah Sakit, kebutuhan dasar ini meliputi kebutuhan akan fasilitas pelayanan kesehatan yang terdiri atas bangunan, peralatan dan Sumber Daya Manusianya.
2. Diharapkan Kepuasan lebih tinggi tercapai apabila harapannya dipenuhi. Pelanggan Rumah Sakit selalu mengharapkan penyakitnya ditangani langsung oleh tenaga yang profesional di bidangnya, seperti dokter, perawat atau profesi lain.
3. Diinginkan. Kepuasan pada level lebih tinggi lagi adalah bila bisa terpenuhi keinginannya. Keinginan ini sifatnya lebih pada sesuatu yang menyenangkan pribadi masing-masing pelanggan. Lebih sulit memenuhi keinginan pelanggan

ini, karena keinginan mereka sangat beragam dan kadang-kadang sulit diformulasikan secara terbatas.

4. Wooow. Pada level ini kepuasan tercapai bila pelanggan dilayani secara plus, yaitu pemenuhan kebutuhan atau keinginan pelanggan yang diberikan secara tak terduga, sehingga terkesan mengejutkan (*surprise*). Contohnya adalah keramahan petugas, tersedianya informasi yang lengkap, dan perhatian yang baik terhadap pelanggan. Pada level ini pelanggan merasa sangat puas.

Untuk lebih dekat dengan konsumennya, Rumah Sakit harus melakukan pemasaran. Penerapan konsep pemasaran dalam manajemen kesehatan, khususnya Rumah Sakit, baru mulai diterima pada tahun 80-an, dengan implementasi bervariasi. Dalam situasi persaingan bisnis yang makin berat saat ini, salah satu aspek yang memegang peranan penting dalam upaya menjadi Rumah Sakit unggulan adalah strategi pemasaran. Salah satu konsep mutakhir adalah Pemasaran Tiga Dimensi (Pemasaran 3-D), yaitu dimensi fungsional, proses, dan jalinan relasi, (Hizrani, dkk, 2002).

Saat ini memang posisi tawar konsumen Rumah Sakit sudah cukup kuat, sehingga dalam memilih pelayanan Rumah Sakit tidak hanya mempertimbangkan aspek jenis produk pelayanan saja, tapi juga aspek proses dan jalinan relasinya. Rumah Sakit yang mempunyai alat canggih dengan teknologi tinggi namun tidak diimbangi dengan proses pelayanan yang profesional, terlebih lagi bila tidak mampu melakukan jalinan relasi dengan baik, maka tidak akan memperoleh hasil yang optimal.

Jalinan relasi antara lain dapat dilakukan dengan pemasaran (Supriyantoro, 2003). Dalam kaitannya dengan pemasaran tersebut, Pemasaran 3-D memiliki

UNIVERSITAS MEDAN AREA
 aspek keunggulan sebagai berikut :

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
 2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
 Access From [repository.uma.ac.id] 30/5/24

- 1) aspek keunggulan fungsional, meliputi jenis, penampilan dan kehandalan produk atau Jasa,
- 2) aspek keunggulan proses, meliputi kemudahan terhadap akses informasi produk layanan, kemudahan/kecepatan proses pelayanan, dan kualitas hasil pelayanan. Keunggulan proses sangat dipengaruhi oleh profesionalisme dan komitmen seluruh profesional medis maupun non medis yang ada di lingkungan RS,
- 3) aspek keunggulan jalinan relasi, meliputi adanya pelayanan khusus yang memperhatikan unsur privasi, sifat pelayanan yang berfokus pada kepuasan pelanggan, adanya pembagian informasi yang mendorong terciptanya pertukaran nilai an konsumen dan RS, serta adanya deferensiasi penghargaan terhadap loyalitas pelanggan (Supriyantoro, 2003).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa “*Customer is the real Boss*” (Pelanggan adalah Majikan yang sesungguhnya) dengan fasilitas pemenuhan kebutuhan harapan dan keinginan pelanggan yang diberikan secara tidak terduga yang terkesan mengejutkan (*surprise*).

3. Ciri-ciri Perilaku Berorientasi Pelanggan

Dalam sebuah penelitiannya, Masterson (2001) menemukan bahwa perilaku berorientasi pelanggan ini akan meningkat bila karyawan memiliki komitmen pada organisasi dimana dia bekerja. Dalam setiap peristiwa melayani, pelanggan dan penyedia jasa layanan menciptakan dan menginterpretasikan harapan-harapan dan menentukan apakah harapan-harapan akan layanan yang diinginkan dapat terpenuhi. (Ford dalam Susskind dkk, 2003).

Pelayanan pelanggan adalah perilaku organisasi yang diciptakan oleh 3 konstituen organisasi, yaitu : manajemen atau pemilik, pegawai dan pelanggan.

Banyak faktor yang mempengaruhi hal ini, yaitu :

- 1). faktor pelanggan : demografi atau perilaku
- 2). faktor penyedia layanan ; demografi, perilaku, mood dan afek
- 3). faktor kontekstual, yaitu : lingkungan organisasi, struktur, kepemimpinan dan karyawan (Susskind dkk, 2003).

Layanan prima adalah perbuatan atau tindakan yang memberikan kepada pelanggan apa (yang lebih daripada) yang mereka harapkan pada saat mereka membutuhkan dengan cara yang mereka inginkan (Tjong, 2004) Meningkatkan mutu pelayanan dapat dilakukan relatif mudah, namun meningkatkan mutu pelayanan yang memuaskan pelanggan adalah sesuatu yang sulit, sebab kepuasan sulit diukur dan sering sangat subyektif sifatnya.

Rumah Sakit sebagai institusi yang menjual pelayanan medis, maka isu tentang cakupan layanan, yang indikatornya adalah jumlah kunjungan pasien baik rawat jalan maupun rawat inap sangatlah penting. Untuk meningkatkan hal itu baik Rumah Sakit swasta maupun Rumah Sakit Pemerintah berupaya untuk terus meningkatkan kualitas layanannya agar pelanggan merasa puas dan loyal . Cara ini ditempuh selain dengan peningkatan mutu pelayanan teknis medis dan teknologi kedokteran yang canggih, juga dengan peningkatan mutu pelayanan yang berhubungan dengan emosi pasien. Pelayanan yang dimaksud disini adalah pelayanan yang ramah, sopan dan santun, gesit, trampil dan peduli dengan keluhan pasien. Pelayanan seperti ini oleh Dewi (2004) disebut dengan Pelayanan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

yang “berkarakter”, yaitu pelayanan yang sesuai dengan kaidah moral, dimana keinginan berbuat baik adalah bersumber dari kecintaan untuk memberikan hal yang terbaik bagi pasien dimana kita memperlakukan orang lain seperti kita ingin diperlakukan.

Ford (2001) menguraikan lima ketentuan layanan pelanggan yang berkualitas berdasarkan penelitian yang dilakukan pada ribuan pelanggan dari berbagai jenis usaha, sebagai berikut :

- 1) Dapat dipercaya (handal), yaitu pastikan layanan konsumen dapat dipercaya dan konsisten. Lakukan apa yang ingin dilakukan.
- 2) Responsif, yaitu cepat merespon kebutuhan pelanggan.
- 3) Membuat pelanggan merasa dihargai, yaitu menghargai dan menganggap penting pelanggan.
- 4) Empati, yaitu berada disisi yang sama dengan pelanggan, seperti anda menjadi partner mereka.
- 5) Kompetensi, yaitu kemampuan semua staf yang dapat memecahkan masalah pelanggan (Tjong, 2004).

Penelitian yang dilakukan oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1990) berhasil mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa, yaitu :

- a) Dapat dipegang (bukti langsung dan nyata) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
- b) Keandalan, yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From [repository.uma.ac.id] 30/5/24

- c) Responsif (daya tanggap), yaitu keinginan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
- d) Jaminan, mencakup kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya, dan bebas dari resiko bahaya atau keragu-raguan
- e) Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan (dikutip Hizrani, dkk, 2003)

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik dari Ford (2001) yang digunakan sebagai indikator dalam pengukuran tingkah laku yang berorientasi pada pelanggan, yaitu dapat dapat dipegang (bukti langsung dan nyata), responsif, menghargai, empati dan kompetensi.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Berorientasi Pelanggan

Subanegara (2003) mengatakan bahwa ada empat faktor dalam organisasi rumah sakit yang dapat melahirkan individu yang layak jual karena terbentuk perubahan perilaku yang berorientasi terhadap pelanggan, yang pada akhirnya akan menunjukkan kinerja yang tinggi serta haus untuk berkembang dan terinovasi. Keempat faktor tersebut adalah: 1) Faktor sosial, yaitu adanya budaya organisasi, yang di dalamnya terdapat komitmen karyawan, 2) Faktor manajemen Rumah Sakit, yaitu adanya visi, tujuan dan strategi dalam mencapai tujuan itu, 3) Faktor teknologi, yang berguna untuk menjamin efisiensi kerja sesuai dengan kebutuhan dan 4) Faktor bangunan fisik, yang menyangkut akomodasi fungsi dan nilai-nilai yang dapat memuaskan pelanggan.

Supriyantoro (2003) mengatakan perilaku berorientasi pelanggan merupakan bagian dari keunggulan proses, dan sangat dipengaruhi oleh profesionalisme sumber daya manusia, komitmen, kontrol manajemen, penerapan

strategi, kesiapan alat, beban kerja petugas, budaya dan etos kerja. Suskind, Kacmar dan Borchgrevink (2003) mengatakan bahwa pemberi pelayanan yang berkomitmen cenderung lebih sering membuat pelanggan senang.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku berorientasi pelanggan dan adalah Faktor sosial yaitu adanya budaya organisasi, manajemen, teknologi bangunan fisik, profesionalisme SDM, komitmen, penerapan strategi, kesiapan alat kerja, beban kerja petugas, budaya dan etos kerja, serta perlakuan keadilan organisasi.

B. Keadilan Organisasi

1. Pengertian Keadilan Organisasi

Perhatian terhadap keadilan telah meningkat secara nyata dalam dunia ilmu sosial pada tiga dekade terakhir ini (Colquitt, 2001). Studi tentang keadilan (*justice* "atau *fairness*") sudah menjadi topik dalam dunia filsafat sejak jaman Plato dan Socrates (Ryan, 1993) khususnya bidang etika. Dalam pembicaraan sehari-hari istilah "keadilan" (*Justice*) digunakan untuk konotasi "seharusnya" (*"oughtness"*) atau "kebenaran/keadilan" (*"righteousness"*).

Keadilan Organisasi dalam berbagai penelitian diistilahkan sebagai suatu persepsi karyawan terhadap perlakuan organisasi dimana dia bekerja , dan akan mempengaruhi sikap dan perilakunya terhadap organisasi maupun pelanggan (Masterson, 2001)

Keadilan organisasi adalah sebuah istilah yang digunakan untuk menerangkan peran keadilan sebagai sesuatu yang secara langsung berhubungan dengan tempat kerja (Pillai dkk; 1999). Secara khusus keadilan organisasi

berfokus pada bagaimana cara pegawai menentukan apakah mereka sudah diperlakukan secara adil dalam pekerjaannya, dan cara bagaimana persepsi tersebut mempengaruhi *outcome* organisasi yang lain.

Dalam penelitian di bidang ilmu organisasi, keadilan dianggap terbentuk secara sosial. Suatu tindakan dianggap adil hanya bila kebanyakan individu merasakan hat itu berdasarkan penelitian empiris (Cropanzano & Greenberg, 1997).

Menurut Colquitt, (2001) dalam *setting* organisasi, keadilan dapat dijelaskan sebagai penekanan pada antesenden dan konsekuensi dari dua tipe persepsi subyektif, yaitu : a). keadilan tentang pembagian hasil atau alokasi, dan b). keadilan tentang prosedur yang digunakan untuk menentukan pembagian hasil atau alokasi. Bentuk keadilan ini secara tipikal disebut sebagai keadilan distributif dan keadilan prosedural.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keadilan organisasi adalah persepsi karyawan terhadap perlakuan organisai tempat dia bekerja, baik tentang pembagian hasil (disebut keadilan distributif), tentang prosedur yang digunakan untuk membagi hasil (disebut keadilan prosedural) maupun tentang perlakuan organisasi terhadap dirinya (disebut keadilan interaksional)

2. Model Keadilan Organisasi

Colquitt (2001) mengemukakan 3 model keadilan, yaitu keadilan distributif, keadilan prosedural , dan keadilan interaksional.

1. Keadilan distributif adalah keadilan tentang hasil. Studi tentang keadilan distributif mula-mula hanya melihat hubungan antara penghasilan saja, seperti

membandingkan antara penghasilan dirinya dengan penghasilan orang lain, dengan aspek-aspek penghasilan yang didapat seseorang, atau dengan penghasilan seseorang yang dianggap pantas menurut standar lain yang dipakai sebagai acuan. Keadilan distributif berkembang bila ada konsistensi pada norma-norma dan keseimbangan pembagian hasil.

2. Keadilan prosedural berkembang melalui pengaruh selama proses pengambilan keputusan atau pengaruh diluar hasil atau dengan mengikuti kriteria proses yang adil, seperti : konsistensi, tidak memihak, ketelitian, keterwakilan, ketepatan, dan etika. Keadilan prosedural mula-mula dipelajari dalam hubungannya dengan aspek-aspek prosedur, seperti ketepatan dan konsistensi penerapan prosedur, atau penghargaan yang ditunjukkan pada individu sebagai subyek prosedur. Bila suatu prosedur dirasakan adil, individu akan bereaksi secara lebih positif terhadap penghasilan dari pada merasa tidak adil. Proses yang adil sangat penting sebab hal itu akan memuaskan orang untuk terlibat bahkan bila penghasilannya tidak memuaskan. Keadilan prosedural juga dianggap penting sebab karyawan akan merasa dihargai oleh figur penguasa dan kelompoknya . Keadilan prosedural juga merupakan salah satu determinan kunci dari persepsi individu tentang keabsahan penguasa dan kemauannya untuk tunduk pada aturan dan keputusan kelompok.

3. Keadilan Interaksional didefinisikan sebagai perlakuan interpersonal yang diterima berdasarkan prosedur yang berlaku. Keadilan Interaksional berkembang bila pengambil keputusan memperlakukan orang-orang dengan menghargai, peka dan menerangkan keputusan-keputusan rasional sepenuhnya.

Pegawai yang diperlakukan secara adil akan merasa lebih punya rasa memiliki dan mengidentifikasi dirinya sebagai pemilik organisasi, dan pada akhirnya memiliki komitmen yang tinggi.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa model keadilan organisasi terdiri dari keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional.

3. Aspek-aspek Keadilan Organisasi

Berdasarkan berbagai literatur tentang keadilan, Greenberg (dalam Colquitt, 2001) menawarkan kriteria umum dari keadilan, yaitu :

a. Keadilan Prosedural

Keadilan prosedural dapat dinilai dengan membandingkan satu proses pengalaman pada keseluruhan aturan-aturan prosedural secara umum. Ada 6 aturan pokok dalam keadilan prosedural.

- a. Konsistensi: Prosedur diterapkan secara konsisten terhadap semua orang dan waktu.
- b. Tidak memihak: Membuat keputusan secara netral.
- c. Informasi yang akurat: Prosedur didasarkan pada informasi yang akurat.
- d. Kebenaran: Mempertimbangkan prosedur-prosedur yang ada untuk memeriksa pengeluaran/hasil yang salah.
- e. Keterwakilan: Semua sub kelompok dalam populasi memiliki peran dalam pengambilan keputusan.
- f. Etis: Proses standar personal mengenai etika dan moral.

b. Keadilan Distributif

Terdiri dari 2 indikator:
UNIVERSITAS MEDAN AREA

- a. Aturan yang seimbang: Sebagai aturan normatif yang diberlakukan bahwa rewards dan sumber daya didistribusikan sesuai dengan kontribusi masing-masing dengan kata lain bahwa seimbang sebagai proporsi antara rewards dan biaya (nilai instrinsik) dan kontribusinya terhadap asset dan tanggungjawab.
- b. Persamaan hak yaitu: Ketepatan pembagian hasil sesuai dengan kontribusi yang diberikan.

c. Keadilan Interaksional

Keadilan interaksional merupakan perlakuan interpersonal yang diterima berdasarkan prosedur yang berlaku. Ada 3 hal pokok yang dijadikan aspek penting dalam keadilan interaksional.

- a. Penghargaan, khususnya penghargaan terhadap status seseorang, yang tercermin dalam perlakuan, khususnya dari orang yang berkuasa terhadap anggota kelompok.

Isu-Isu tentang perlakuan bijak dan sopan, menghargai hak, dan menghormati adalah bagian dari penghargaan.

- b. Netralitas: yaitu dapat tercapai apabila dasar-dasar dalam pengambilan keputusan, misalnya: menggunakan fakta bukan opini yang objektif dan validitasnya tinggi. Aspek ini juga mengandung makna bahwa dalam melakukan hubungan dalam lingkungan organisasi tidak ada perbedaan dari satu pihak yang berbeda-beda terhadap pihak lain.
- c. Kepercayaan: Memiliki figur sebagai orang yang jujur dan tidak melakukan kecurangan.

Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek keadilan organisasi ada 3 yaitu: Keadilan distributif, keadilan prosedural dan keadilan interaksional.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi keadilan organisasi.

Menurut Simon (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi keadilan organisasi yaitu;

1. Lingkungan kerja

Lingkungan kerja memperlihatkan bahwa perlakuan adil merupakan efek penting bagi sikap kerja individu seperti kepuasan, komitmen, dan perilaku individu seperti: ketidakhadiran.

2. Melibatkan pegawai dalam pengambilan keputusan: seperti pada pengambilan keputusan mengenai kenaikan dan pemberian gaji yang sesuai prosedur, mau mendengarkan aspirasi para pegawainya, dan melakukan evaluasi pencapaiannya sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keadilan organisasi adalah ; lingkungan kerja, dan keterlibatan pegawai dalam pengambilan keputusan.

C. Perawat

1. Pengertian Perawat

Dalam Klasifikasi Jabatan Indonesia (KJI, 1987) perawat adalah individu yang memberikan pelayanan perawatan secara sederhana kepada pasien, biasanya di bawah pengawasan dokter atau perawat ahli.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2. Tugas-Tugas Perawat

Tugas pokok seorang perawat (Dep. Kes. R.I. 1982) adalah berfokus pada pasien dan keluarganya, yang mencakup aspek *promotif*, *preventif*, *kuratif* dan *rehabilitatif*, serta memperhatikan pengaruh psikologis, sosial budaya dan spiritual, yang tujuan utamanya adalah memberikan pelayanan yang berkualitas, yang mencakup rasa aman, nyaman, ekonomis, estetis, dan etis.

Profesi perawat adalah profesi yang memiliki peran penting di Rumah Sakit, karena dalam menjalankan tugasnya langsung berhubungan dengan pasien, yang merupakan pelanggan utama Rumah Sakit. Hal ini berdasarkan pendapat Susskind, dkk (2003) bahwa perawat yang memberikan layanan pada garis depan, yaitu yang langsung berhubungan dengan pelanggan, memiliki pengaruh terhadap pandangan pelanggan terhadap layanan yang diterima atau dialaminya. Sikap dan perilaku perawat yang berorientasi pada pelanggan akan menghasilkan pelanggan yang puas.

D. Hubungan antara Keadilan Organisasi dengan Perilaku Berorientasi Pelanggan

Perlakuan organisasi yang baik terhadap karyawan sebagai pelanggan dalam (*internal customer*) akan menimbulkan perlakuan baik karyawan terhadap pelanggan luar (*external customer*), dan pelanggan yang diperlakukan dengan baik akan datang kembali untuk membeli produk yang ditawarkan. Perlakuan organisasi yang baik terhadap karyawannya, yaitu yang memperhatikan kesejahteraan dan hak karyawan seimbang dengan kewajibannya akan

UNIVERSITAS MEDAN AREA berusaha memberikan pelayanan berkualitas untuk

menciptakan pelanggan yang puas, dan pelanggan yang puas akan loyal untuk kembali datang dan datang lagi.

Layanan kepada pelanggan adalah menambahkan manusia ke dalam produk. Orang mungkin dapat meniru produk dan layanan suatu organisasi, tetapi mereka belum tentu bisa meniru orang-orang yang ada dalam organisasi tersebut, sebab orang dalam suatu organisasi adalah faktor pembeda terutama apabila mereka memberikan layanan prima dengan keahlian dan sukses melakukannya.

Fungsi utama organisasi adalah memuaskan pelanggan, sehingga seharusnya seluruh komponen maupun sumber daya yang ada digerakkan menuju kearah pemuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas hanya bila dia diperlakukan sesuai dengan keinginan atau harapannya.

Pada kenyataannya, keinginan dan harapan pelanggan sulit dirumuskan secara terbatas, namun secara umum harapan atau keinginan pelanggan rumah sakit dapat digambarkan sebagai berikut :

- a. mereka mengharapkan penyakitnya ditangani langsung oleh tenaga atau manusia yang ada di rumah sakit yang profesional di bidangnya, seperti dokter, perawat dan profesi lain yang terkait, secara cepat, tepat dan akurat.
- b. mereka ingin pelayanan yang menyenangkan hati mereka, dihargai sesuai dengan martabatnya, seperti boleh memilih dokter, memilih ruang atau bisa berkomunikasi dengan petugas medis secara cukup.
- c. mereka bahkan ingin ada kejutan-kejutan yang mengesankan, seperti pelayanan yang ramah, informasi yang cepat, tepat dan lengkap, adanya perhatian penuh dari petugas rumah sakit, serta empati.

Kepuasan merupakan suatu hal yang sangat subyektif, mudah berubah dari waktu ke “waktu tergantung dari persepsinya terhadap layanan yang diterima saat itu. Meskipun bersifat subyektif, namun demi tercapainya layanan yang memuaskan pelanggan, setiap karyawan harus dapat mengusahakan sekumpulan perilaku yang dapat memenuhi keinginan dan harapan pelanggan agar mereka puas. Kepuasan pelanggan harus selalu diupayakan oleh semua pihak, sebab pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan loyal, yang akan berminat mengulangi membeli produk atau layanan yang ditawarkan.

Perilaku karyawan yang sesuai dengan keinginan atau harapan pelanggan disebut perilaku yang berorientasi pada pelanggan. Perilaku yang berorientasi pada pelanggan merupakan bagian dari pelayanan prima yang saat ini sedang digalakkan di lingkungan rumah sakit disamping pelayanan bermutu sesuai standart dan etis. Adapun ciri-ciri perilaku yang berorientasi pada pelanggan adalah sebagai berikut: a. dapat dipercaya, b. responsif, c. cepat menanggapi dan merespon kebutuhan pelanggan, d. membuat pelanggan merasa dihargai, e. Empati, dan f. kompetensi.

Menurut Kelley (1992), dalam manajemen modern, manusia dipandang sebagai sumber daya dan aset yang paling berharga, yang memiliki hak yang harus dipenuhi agar mereka dapat menjalankan kewajibannya dalam organisasi dengan maksimal. Manusia lah yang akan menentukan maju mundurnya organisasi. Bagaimana manusia dalam organisasi itu bersikap dan bertingkah laku akan menentukan tercapai tidaknya tujuan organisasi.

Berdasarkan hal tersebut maka perlakuan terhadap mereka haruslah memperhatikan hak dan martabat manusia. Perlakuan yang adil kepada karyawan adalah suatu hal yang mutlak harus dilakukan oleh organisasi untuk membentuk karyawan yang loyal dan berkomitmen tinggi, sehingga mereka bekerja sesuai dengan misi dan visi organisasi secara lebih efektif dan efisien. (Ford, 2001)

Dalam institusi Rumah Sakit, faktor sumber daya manusia, yaitu : dokter, perawat, petugas administrasi maupun petugas non medis lain terutama yang mengadakan kontak langsung dengan pasien merupakan faktor yang penting dan tinggi peringkatnya dalam pelayanan yang memuaskan pelanggan. Walau hasil akhir pelayanan kurang sesuai dengan harapan pasien, mereka masih dapat memahaminya dan tetap dapat merasakan kepuasan apabila dilayani dengan sikap dan perilaku yang menghargai perasaan dan martabatnya (Hizraini, 2002)

Perlakuan adil terhadap karyawan dalam organisasi dikenal sebagai keadilan organisasi. Keadilan organisasi adalah persepsi karyawan terhadap perlakuan organisasi dimana dia bekerja, apakah mereka telah diperlakukan secara adil, baik adil dalam pembagian hasil maupun adil dalam cara atau prosedur pembagiannya. Juga perlakuan yang baik, sopan dan bermartabat dari manajemen kepada karyawan. Keadilan tentang pembagian hasil disebut keadilan distributif (Materson, 2002)

Menurut Colquitt (2001) Kriteria keadilan distributif adalah adanya aturan yang seimbang yaitu hadiah atau sumber daya didistribusikan sesuai dengan kontribusi yang diberikan. Imbalan yang diberikan kepada karyawan adalah sesuai dengan besar kecilnya tanggung jawab, stress atau ketegangan yang dideritanya

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From [repository.uma.ac.id] 30/5/24

ketika mengerjakan tugas dan tinggi rendahnya pendidikan. Kriteria lain adalah adanya persamaan hak, yaitu ketepatan pembagian hasil sesuai dengan kontribusi atau pengorbanan yang diberikan, seperti seberapa besar kinerja yang dihasilkan serta seberapa besar usaha yang dilakukan maupun sumber daya yang dikeluarkan untuk menyelesaikan tugas.

Secara singkat dapat dijelaskan bahwa organisasi yang memperlakukan karyawannya secara adil, memberikan hak-hak karyawan secara tepat, akan menimbulkan persepsi positif karyawan pada organisasi. Persepsi positif ini akan menimbulkan sikap positif karyawan terhadap organisasi. Sikap positif yang dimaksud adalah komitmen yang tinggi, yaitu sikap setuju karyawan terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi, setuju pada keputusan maupun tuntutan organisasi, sehingga mereka akan berusaha keras untuk mencapai tujuan dan visi organisasi (Simon, 2003)

Selanjutnya Simon (2003) mengemukakan, ketika anggota organisasi sadar, mereka akan berupaya mempertahankan eksistensi organisasi atau bahkan berjuang agar organisasinya berkembang, supaya mereka dapat tetap tinggal dalam organisasi. Mereka bangga pada organisasi dan merasa berharga tinggal di dalam organisasi. Upaya yang relevan untuk mengembangkan organisasi adalah dengan membina hubungan baik dengan para pelanggan agar produk atau layanan yang ditawarkan diminati oleh para pelanggan.

Berusaha menolong dan membuat para pelanggan senang menerima layanan, memenuhi harapan atau keinginan pelanggan agar mereka puas dan ingin membeli lagi. Upaya-upaya ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From [repository.uma.ac.id] 30/5/24

berorientasi pada pelanggan. Pelayanan yang berorientasi pada pelanggan adalah pelayanan yang membuat pelanggan puas. (Tjong, 2004)

Dari uraian di atas, secara singkat dapat dinyatakan bahwa individu yang merasa diperlakukan secara adil oleh organisasi ditempatnya bekerja, maka ia akan memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan, sehingga perilaku kerjanya lebih kepada orientasi pada pelanggan.

E. Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di depan, maka dapat diajukan hipotesis penelitian ini sebagai berikut : “Ada hubungan positif antara keadilan organisasi dengan perilaku berorientasi pelanggan”. Dengan asumsi bahwa semakin baik keadilan organisasi, maka semakin baik perilaku berorientasi pelanggannya, demikian sebaliknya semakin kurang baik keadilan organisasi, maka semakin kurang baik perilaku berorientasi terhadap pelanggannya.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam membicarakan tentang metode penelitian akan dibahas tentang (A). Identifikasi Variabel Penelitian, (B). Definisi Operasional Variabel Penelitian, (C). Populasi dan Sampel Penelitian, (D). Alat Pengumpul Data Penelitian, (E). Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur Penelitian, dan (F). Metode Analisis Data Penelitian.

A. Variabel Penelitian

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Tergantung : Perilaku berorientasi pelanggan
2. Variabel Bebas : Keadilan organisasi

B. Definisi Operasional Variabel

1. Perilaku Berorientasi Pelanggan

Perilaku berorientasi pelanggan adalah perilaku yang menunjukkan keinginan untuk menolong orang yang dihadapinya, suatu kepentingan untuk menempatkan diri pada kebutuhan pelanggan, menyediakan waktu dan usaha untuk memuaskan pelanggan. Data ini diungkap dengan skala yang berdasarkan dari ciri-ciri perilaku berorientasi pelanggan, yaitu : a. Dapat Dipercaya, b. Responsif, c. Membuat pelanggan merasa dihargai, d. Empati, dan e. Kompetensi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From [repository.uma.ac.id] 30/5/24

2. Keadilan Organisasi

Keadilan organisasi adalah persepsi karyawan terhadap perlakuan organisasi tempat dia bekerja. Keadilan organisasi di ungkap melalui skala Keadilan organisasi yang disusun sendiri oleh penulis berdasarkan aspek-aspek yaitu : a. Aspek Keadilan Distributif, b. Aspek Keadilan Prosedural, dan c. Aspek Keadilan Interaksional

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan individu yang akan diselidiki dan mempunyai minimal satu sifat yang sama atau ciri-ciri yang sama dan untuk siapa kenyataan yang diperoleh dari subjek penelitian hendak digeneralisasikan (Hadi, 1987). Adapun yang dimaksud dengan menggeneralisasikan itu sendiri yaitu mengangkat kesimpulan sebagai sesuatu yang berlaku bagi populasi (Arikunto, 1992). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan/perawat di Rumah Sakit Umum Dr. Pirngadi Medan yang berjumlah 456 orang, yang terdiri dari 125 orang karyawan laki-laki, dan 331 orang karyawan perempuan.

2. Sampel

Besar anggota sampel harus dihitung berdasarkan teknik-teknik tertentu agar kesimpulan yang berlaku untuk populasi dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, faktor keterwakilan (*representativeness*) harus dijadikan pertimbangan.

Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang bersifat mewakili.

Penelitian didasarkan pada data sampel, sedangkan kesimpulan akan ditetapkan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From [repository.uma.ac.id] 30/5/24

pada populasi. Maka, sangatlah penting untuk memperoleh sampel yang representatif bagi populasinya (Azwar, 1997). Menurut Arikunto, apabila subjek populasi jumlahnya lebih kecil atau kurang dari 100, sebaiknya digunakan sampel populasi (sampel total). Artinya semua populasi dijadikan sampel. Tetapi apabila jumlah populasinya besar atau lebih dari 100, digunakan rentangan persentase : 10% - 15%, atau 20%-25% atau lebih. Berdasarkan hal tersebut sampel penelitian ini diambil sebanyak 30% dari total populasi yakni sebanyak 140 orang.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel penelitian yang didasarkan ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang telah ditentukan sebelumnya, dengan sifat atau karakteristik atau ciri-ciri sebagai berikut :

1. Perawat yang bekerja tetap di Rumah Sakit Umum Dr. Pirngadi Medan
2. Memiliki masa kerja di atas 3 tahun
3. Perawat yang bekerja di ruangan rawat inap kelas 1 dan kelas 2.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala, yakni skala perilaku berorientasi pelanggan dan skala keadilan berorganisasi.

1. Skala Perilaku Berorientasi Pelanggan

Skala dibuat berdasarkan lima aspek sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ford (2001) yaitu : 1. Dapat dipercaya, 2.Responsif,

3. Membuat pelanggan merasa dihargai, 4. Empati, 5. Kompeten.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id) 30/5/24

Skala tersebut mengikuti model Likert, disajikan kepada subjek dengan empat alternatif jawaban untuk setiap item. Subjek dipersilahkan untuk memilih satu dari empat alternatif jawaban yang tersedia, yang paling menggambarkan diri mereka sendiri, yang terdiri dari SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan yang positif (*favourabel*) akan diberi skor tertinggi pada jawaban SS = 4 selanjutnya S = 3, TS = 2 dan terendah adalah STS = 1. Pada pernyataan yang negatif (*unfavourable*), skor tertinggi diberikan pada jawaban STS = 4, selanjutnya TS = 3, S = 2 dan terendah SS = 1.

2. Skala Keadilan Organisasi

Skala ini dibuat atas tiga aspek, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Colquitt (2001), yaitu;

1. Keadilan Distributif terdiri dari : a. Aturan seimbang, b. Persamaan hak
2. Keadilan Prosedural terdiri dari : a. Konsisten, b. Tidak memihak, c. Informasi akurat, d. Korektif, e. Keterwakilan, f. Etis
3. Keadilan Interaksional terdiri dari : a. Ada dasar, b. Dapat dipercaya
c. Menghargai, d. Sopan

Jawaban subyek diberikan pada 4 alternatif jawaban dari SS (sangat setuju), S (setuju), TS (tidak setuju) sampai dengan STS (sangat tidak setuju). Pernyataan yang positif (*favourabel*) akan diberi skor tertinggi pada jawaban SS = 4, selanjutnya S = 3, TS = 2, dan terendah adalah STS = 1. Pada pernyataan yang negatif (*unfavourable*), skor tertinggi diberikan pada jawaban STS = 4, selanjutnya TS = 3, S = 3, S = 2 dan terendah SS = 1.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From [repository.uma.ac.id] 30/5/24

E. Validitas dan Reliabilitas

Salah satu masalah utama dalam kegiatan penelitian sosial, khususnya psikologi adalah cara memperoleh data yang akurat dan objektif. Hal ini menjadi sangat penting, artinya kesimpulan penelitian hanya akan dapat dipercaya apabila didasarkan pada informasi yang juga dapat dipercaya (Azwar, 2000). Dengan memperhatikan kondisi ini, tampak bahwa alat pengumpul data memiliki peranan penting. Baik atau tidaknya suatu alat pengumpul data dalam mengungkap kondisi yang ingin diukur, tergantung pada validitas dan reliabilitas alat ukur yang akan digunakan, diuraikan sebagai berikut:

1. Validitas

Kesahihan atau validitas dibatasi tingkat kemampuan suatu alat ukur untuk mengungkap sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur tersebut. Suatu alat ukur dinyatakan sah jika alat ukur itu mampu mengukur apa saja yang hendak diukur, mampu mengungkapkan apa yang hendak diungkapkan, atau dengan kata lain memiliki ketetapan dan kecermatan dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2000)

Validitas berasal dari kata “ *validity* “ yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan (mampu mengukur apa yang hendak diukur) dan kecermatan suatu instrumen pengukuran melakukan fungsi ukurnya, yaitu dapat memberikan gambaran mengenai perbedaan yang sekecil-kecilnya antara subjek yang lain (Azwar, 2000). Sebuah alat ukur dapat dinyatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dikenakannya alat ukur tersebut.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id) 30/5/24

Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur (skala) adalah teknik korelasi product moment dari Karl Pearson, dengan formulanya sebagai berikut (Hadi,1996)

$$r_{xy} = \frac{\Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{N}}{\sqrt{\left\{ \left(\Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{N} \right) \left(\Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{N} \right) \right\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel x (skor subjekl tiap butir) dengan variabel y (total skor subjek dari keseluruhan butir).
 ΣXY = jumlah hasil perkalian antara variabel x dan y
 ΣX = jumlah skor keseluruhan subjek setiap butir
 ΣY = jumlah skor keseluruhan butirr pada subjek
 ΣX^2 = jumlah kwadrat skor x
 ΣY^2 = jumlah kwadrat skor y
 N = jumlah subjek

Nilai validitas setiap butir (kefisien r product moment Pearson) sebenarnya masih perlu dikoreksi karena kelebihan bobot. Kelebihan bobot ini terjadi karena skor butir yang dikorelasikan dengan skor total ikut sebagai komponen skor total, dan hal ini menyebabkan koefisien r menjadi lebih besar (Hadi, 1996). Forniula untuk membersihkan kelebihan bobot ini dipakai formula whole dengan rumus:

$$r_{bt} = \frac{(r_{xy})(SD_y) - (SD_x)}{\sqrt{\left\{ (SD_x)^2 + (SD_y)^2 - 2(r_{xy})(SD_x)(SD_y) \right\}}}$$

Keterangan:

- r_{bt} = Koefisien korelasi setelah dikoreksi dengan part whole
 r_{xy} = Koefisien korelasi sebelum dikoreksi
 SD_y = Standar deviasi total
 SD_x = Standar deviasi butir

2. Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah untuk mencari dan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabel dapat juga dikatakan kepercayaan, keterasalan, kejegan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya.

Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama selama dalam diri subjek yang diukur memang belum berubah . (Azwar, 2000). Analisis reliabilitas alat ukur yang dipakai adalah teknik Hoyt (Azwar, 2000) dengan rumus sebagai berikut:

$$r_u = 1 - \frac{Mki}{Mks}$$

Keterangan:

- r_{tt} = indeks reliabilitas alat ukur
- 1 = konstanta bilangan
- M_{ki} = mean kwadrat antar butir
- M_{ks} = mean kwadrat antar subjek

Adapun digunakannya teknik reliabilitas dari Hoyt ini adalah ;

- a. Jenis data kontiniu
- b. Tingkat kesukaran seimbang
- c. Merupakan tes kemampuan (*power test*), bukan tes kecepatan (*speed test*).

F. Metode Analisis Data

Dalam sebuah penelitian ilmiah, maka data yang akan diolah untuk pengujian hipotesis, harus melalui tahapan uji asumsi. Uji asumsi yang dimaksud adalah uji normalitas, dan uji linieritas.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas Sebaran

Adapun maksud dari uji normalitas sebaran ini adalah untuk membuktikan bahwa penyebaran data-data penelitian yang menjadi pusat perhatian telah menyebar berdasarkan prinsip kurve normal.

b. Uji Linieritas Hubungan

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui derajat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat, hal tersebut secara visualisasi dapat diterangkan dengan melihat garis linieritas, yaitu meningkatnya atau menurunnya nilai sumbu variabel Y, seiring dengan meningkatnya atau menurunnya nilai sumbu variabel X.

Selanjutnya untuk menguji hipotesis yang diajukan, digunakan analisis *Product Moment* yaitu untuk melihat hubungan antara variabel X (keadilan berorganisasi) dengan variabel Y (perilaku berorientasi pelanggan).

$$r_{xy} = \frac{\Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{N}}{\sqrt{\left\{ \left(\Sigma X^2 \right) - \frac{(\Sigma X)^2}{N} \right\} \left\{ \left(\Sigma Y^2 \right) - \frac{(\Sigma Y)^2}{N} \right\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y.
- ΣXY = Jumlah hasil perkalian antara variabel X dan Y
- ΣX = Jumlah skor variabel bebas X
- ΣY = Jumlah skor variabel terikat Y
- ΣX^2 = Jumlah kwadrat skor x
- ΣY^2 = Jumlah kwadrat skor y
- N = Jumlah subjek

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berpedoman pada hasil-hasil dan pembahasan yang telah dibuat, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara keadilan berorganisasi dengan perilaku berorientasi pada pelanggan. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,250$; $p < 0,010$. Artinya semakin tinggi keadilan berorganisasi, maka perilaku berorientasi pada pelanggan juga semakin baik dan sebaliknya semakin rendah keadilan berorganisasi, maka perilaku berorientasi pada pelanggan akan semakin buruk. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini, dinyatakan diterima.
2. Keadilan berorganisasi mempengaruhi perilaku berorientasi pada pelanggan sebesar 6,2%. Berdasarkan hasil ini, maka masih terdapat 93,8% pengaruh dari faktor lain terhadap perilaku berorientasi pada pelanggan.
3. Subjek penelitian ini, yakni perawat di RSUP Dr. Pirngadi Medan memiliki perilaku berorientasi pada pelanggan yang tergolong sedang. Hasil ini dilihat dari perbandingan nilai rata-rata empirik (63,379) dengan nilai rata-rata hipotetik (65) yang tidak berselisih melebihi bilangan SD atau SB. Kemudian keadilan berorganisasi diketahui bahwa nilai rata-rata empirik karyawan tergolong sedang. Hal ini dilihat dari perbandingan nilai rata-rata empirik

UNIVERSITAS MEDAN AREA

(99,507) dengan nilai rata-rata hipotetik (90) yang selesihnya tidak melebihi bilangan SB atau SD.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat, maka hal-hal yang dapat disarankan adalah sebagai berikut :

a. Saran Kepada Subjek Penelitian

Berpedoman pada hasil penelitian di atas yang menyatakan bahwa para perawat memiliki keadilan berorganisasi yang tergolong sedang, dan perilaku yang berorientasi pelanggan yang juga tergolong sedang, maka disarankan kepada para perawat untuk dapat lebih meingkatkan keadilan berorganisasi serta meningkatkan perilaku berorientasi pelanggan. Misalnya dengan bekerja secara lebih bertanggungjawab dan profesional serta meningkatkan prinsip prososial kepada orang lain. Khusus untuk perilaku yang berorientasi kepada pelanggan, diharapkan para perawat lebih memperhatikan kebutuhan pasien, sehingga proses penyembuhan pasien dapat berjalan lebih cepat. Juga diharapkan para perawat tetap mampu menjalin hubungan baik dengan pasien, sehingga pasien merasa nyaman selama berada di rumah sakit. Diharapkan dengan meningkatnya keadilan berorganisasi dan perilaku berorientasi pelanggan ini, kepuasan pelanggan dapat lebih ditingkatkan.

b. Saran Kepada Pihak RSUPM

Disarankan kepada pihak manajerial RSUPM dengan melihat kondisi keadilan berorganisasi para karyawan yang berada pada kategori sedang dan

berorientasi pada pelanggan yang juga tergolong sedang, maka disarankan kepada pihak RSUPM agar dapat melakukan penyegaran kepada para perawat, misalnya dengan mengadakan seminar-seminar peningkatan motivasi, memberikan bonus kepada perawat yang berprestasi dan lain sebagainya, sehingga keadilan berorganisasi dan berorientasi pada pelanggan dapat diperoleh para perawat.

c. Saran Kepada Peneliti Selanjutnya

Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mencari faktor-faktor yang lebih berpengaruh terhadap perilaku yang berorientasi pada pelanggan, diantaranya adalah faktor yang berhubungan adanya budaya organisasi, manajemen, teknologi bangunan fisik, profesionalisme SDM, komitmen, penerapan strategi, kesiapan alat kerja, beban kerja petugas, budaya dan etos kerja, serta perlakuan keadilan organisasi. Selain itu disarankan juga untuk menambah sampel penelitian. Diharapkan dengan adanya penelitian lanjutan ini dapat diperoleh hasil yang lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, TY. 2004. Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen & Administrasi Rumah Sakit Indonesia*. V (1), 3-5.
- _____. 2003. Mutu Pelayanan di Rumah Sakit. *Jurnal PERSI*. 3 (03), 9-13.
- Azwar, S. 1997. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Colquitt, J.A., Conlon, D.E., Wesson, M.J. and Porter, C.O.L.H. & Yee Ng, K. 2001. Justice at the Millennium : A Meta-Analytic Review of 25 Years of Organizational Justice Research. *Journal of Applied Psychology*. 86 (3), 425-445.
- Colquitt, J.A. 2001. On the Dimensionality of Organizational Justice : A Construct Validation of a Measure. *Journal of Applied Psychology*. 86 (3), 386-400.
- Dewi, R. 2004. Pelayanan Rumah Sakit yang Berkarakter. *Jurnal Manajemen & Administrasi Rumah Sakit Indonesia*. V (1), 33-36.
- Hadipranata, A. 2003. *Psikologi Konsumen*. Kanisius. Yogyakarta
- Hizrani, M; Bachtiar, A & Hartiyanti, Y. 2003. Analisis Kepuasan Pasien Rawat Inap Terhadap Mutu Pelayanan dan Hubungannya Dengan Minat Beli Ulang di RS X di Jakarta Tahun 2002. *Jurnal Manajemen & Administrasi Rumah Sakit Indonesia*. IV (1), 19-24.
- James, R., 2002 *Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi (Faktor Kekuatan Atau Ancaman?)*. Liberti. Surabaya.
- Kelley. B. M. 1992. *Manajemen Rumah Sakit. (Upaya meningkatkan Mutu Pelayanan)*. Edisi Revisi. Pustaka Obor. Jakarta.
- Masterson, S.S. 2001. A Trickle-Down of Organizational Justice : Relating Employees And Customers' Perceptions of and Reactions to Fairness. *Journal of Applied Psychology*. 86 (4), 594-604.
- Mulyadi. 1998. *Total Quality Management. Prinsip Manajemen Kontemporer untuk Mengarungi Lingkungan Bisnis Global*. Yogyakarta: Aditya Media .
- Muripto, H. 2003. *Transparansi Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan RSUD Melalui Pemanfaatan Sistem Informasi Manajemen di Kabupaten Ciptas Medan Area*. *Jurnal PERSI*. I (02), 17-25.

- Pillai, R., Schriesheim, C.A. & Williams, E.S. 1999. Fairness Perceptions and Trust as Mediators for Transformational and Transactional Leadership : A Two-Sample Study. *Journal of Management*. 25 (6), 897-933.
- Simamora, B. 2002. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Simons, T. & Roberson, Q. 2003. Why Managers Should Care About Fairness : The Effects of Aggregate Justice Perceptions on Organizational Outcomes. *Journal of Applied Psychology*. 88 (3), 432-443.
- Subanegara, HP. 2003. Hospital Building Strategi Dalam Service Excellent. *Jurnal Manajemen & Administrasi Rumah Sakit Indonesia*. IV (1), 5-12.
- _____. 2003. *Manajemen Perubahan (Management of Change)*.
- Supriyantoro. 2003. Peluang Rumah Sakit Dalam Meraih Keunggulan Bersaing Melalui Strategi Pemasaran 3-D. *Jurnal Manajemen & Administrasi Rumah Sakit Indonesia*. IV (1), 13-17.
- Susskind, A.M., Kacmar, K.M. & Borchgrevink, C.P. 2003. Customer Service Providers' Attitudes Relating to Customer Service and Customer Satisfaction in the Customer-Server Exchange. *Journal of Applied Psychology*. 88 (1), 179-187.
- Tjong, AES. 2004. Perubahan Paradigma ke Arah Budaya Melayani dalam Pelayanan Prima di RS. *Jurnal Manajemen & Administrasi Rumah Sakit Indonesia*. V (1), 7-14.