

KEPUASAN PELANGGAN INTERNAL
PADA BALAI KESEHATAN TRADISIONAL MASYARAKAT (BKTM)
MAKASSAR



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
pendidikan diploma (D-3) Program studi Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Ujung Pandang

ANNASTYA PUTRI KASLAN
351 19 056

PROGRAM STUDI D-3 ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI UJUNG PANDANG
2022

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan tugas akhir dengan judul "Kepuasan Pelanggan Internal Pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar" oleh Annastya Putri Kaslan 351 19 056 dinyatakan layak untuk diujikan.

Makassar, September 2022

Pembimbing I

Yayu Meiniza Z, S.E., M.T.
NIP 19590502 198902 2 001

Pembimbing II

Dr. A. Musdariah, S.S., M.Hum
NIP 19750607 200312 2 001

Mengetahui

Ketua Program Studi D-3 Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Ujung Pandang



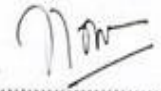


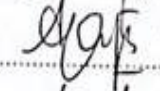
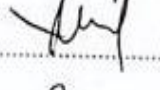
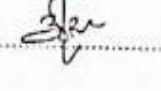
Tjare A. Tjambolang, S.E., MtourMgmt.
NIP 19670617 199903 2 001

HALAMAN PENERIMAAN

Pada hari ini, Oktober 2022, tim penguji ujian sidang laporan tugas akhir telah menerima hasil ujian sidang oleh mahasiswi Annastya Putri Kaslan 351 19 056 dengan judul “Kepuasan Pelanggan Internal Pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar”.

Makassar, Oktober 2022

Tim Penguji Ujian Sidang Tugas Akhir :

- | | | |
|--|------------|---|
| 1. Dr. Nur Alam La Nafie, SE., M.B.A | Ketua | () |
| 2. Andi Gunawan, S. Si. M. Kom | Sekretaris | () |
| 3. Abd. Hamid, S.E., M.Si. | Anggota | () |
| 4. Tjare A. Tjambolang, S.E., MtourMgnt. | Anggota | () |
| 5. Yuyu Meiniza Z, S.E.,M.T | Anggota | () |
| 6. Dr. A. Musdariah, S.S., M.Hum | Anggota | () |

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa oleh karena berkat pertolongan-Nya, sehingga penulisan laporan tugas akhir ini yang berjudul “Kepuasan Pelanggan Internal pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar” dapat selesai dengan baik.

Dalam penulisan tugas akhir ini tidak sedikit hambatan yang penulis alami. Namun, bantuan berbagai pihak terutama pembimbing, hambatan tersebut dapat teratasi. Sehubungan dengan itu, pada kesempatan dan melalui lembaran ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada :

- 1) Bapak Ir. Muhammad Anshar, Ph.D selaku Direktur Politeknik Negeri Ujung Pandang .
- 2) Bapak Adam Rasid, S.Sos., M.Si. selaku ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang
- 3) Ibu Tjare A. Tjambolang, S.E., M.Tour.Mgmt. selaku ketua Program Studi Diploma Tiga (D-3) Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang.
- 4) Ibu Yayu Meiniza Z, S.E.,M.T selaku Pembimbing I dan Ibu Dr. A. Musdariah, S.S., M.Hum selaku Pembimbing II yang telah mencurahkan perhatian dan kesempatannya untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

- 5) Pihak Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat Makassar selaku institusi/instansi yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan pada penulis dalam mengambil data yang diperlukan,
- 6) Bapak Andi Gunawan, S.Si., M.Kom. selaku Wali Kelas 3C-D3 Administrasi Bisnis yang telah mengajar dan mendidik kami dengan baik.
- 7) Segenap dosen dan staf Jurusan Administrasi Niaga yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
- 8) Kedua orang tua yang selalu memberikan semangat dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan tugas akhir ini dan demi perbaikan pada masa mendatang. Semoga laporan tugas akhir ini bermanfaat bagi pembacanya.

Makassar,

Penulis

Annastya Putri Kaslan

351 19 056

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
SURAT PERNYATAAN.....	xi
RINGKASAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Kegiatan	4
1.4 Tujuan Kegiatan.....	4
1.5 Manfaat Kegiatan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Bauran Pemasaran.....	7
2.3 Jasa atau Pelayanan.....	8
2.4 Kepuasan Pelanggan	10

2.5 Kualitas Pelayanan	13
2.6 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	17
BAB III METODE KEGIATAN	20
3.1 Tempat dan Waktu Kegiatan.....	20
3.1.1 Tempat Kegiatan.....	20
3.1.2 Waktu Kegiatan	20
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.2.1 Populasi	20
3.2.2 Sampel	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4 Tipe Kegiatan.....	22
3.5 Teknik Analisis Data	22
3.6 Definisi Operasional.....	24
BAB IV HASIL DAN DESKRIPSI KEGIATAN	26
4.1 Gambaran Umum Tempat Kegiatan.....	26
4.2 Kepuasan Pelanggan Internal pada BKTM	31
4.2.1 Keandalan (Reliability).....	32
4.2.2 Daya Tanggap (Responsiveness)	35
4.2.3 Jaminan (Assurance).....	39
4.2.4 Empati (Empathy).....	42
4.2.5 Bukti Langsung (Tangibles).....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skala Likert.....	23
Tabel 2. Tanggapan Responden terkait Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan ketentuan institusi	33
Tabel 3. Tanggapan Responden terkait Kemampuan untuk memberikan pelayanan secara akurat tanpa kesalahan	34
Tabel 4. Tanggapan Responden dalam hal Kesiapsediaan untuk melayani pelanggan internal yang datang di Bagian Kepegawaian	36
Tabel 5. Tanggapan Responden dalam hal Kecepatan dalam menyelesaikan pelayanan.....	38
Tabel 6. Tanggapan Responden dalam hal Pengetahuan pegawai dalam memberikan pelayanan.....	39
Tabel 7. Tanggapan Responden terkait Keterampilan pegawai dalam memberikan pelayanan.....	41
Tabel 8. Tanggapan Responden terkait Kepedulian terhadap pegawai yang datang untuk mendapatkan pelayanan di Bagian Kepegawaian.....	42
Tabel 9. Tanggapan Responden terkait Kemampuan dalam memahami kebutuhan pegawai yang dilayani	44
Tabel 10. Tanggapan Responden dalam hal Kelengkapan peralatan pendukung pelayanan	45
Tabel 11. Tanggapan Responden dalam hal Kenyamanan tempat pelayanan di Bagian Kepegawaian	47
Tabel 12. Rekapitulasi tanggapan pelanggan internal terhadap pelayanan Bagian Kepegawaian pada BKTMM Makassar	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Keterkaitan Pelayanan Internal dan Eksternal	16
Gambar 2. Garis Kontinum.....	24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi BKTM Makassar

Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Kegiatan

Lampiran 3 Balasan Surat Permohonan Izin Kegiatan

Lampiran 4 Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 5 Kuesioner

Lampiran 6 Dokumentasi Pembagian Kuesioner Kepuasan Pelanggan Internal pada BKTM Makassar

Lampiran 7 Dokumentasi Ruang Bagian Kepegawaian BKTM Makassar

Lampiran 8 Produk dan Layanan Kesehatan BKTM Makassar



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annastya Putri Kaslan

NIM : 351 19 056

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam laporan tugas akhir ini, yang berjudul “Kepuasan Pelanggan Internal pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar” merupakan gagasan, hasil karya saya sendiri dengan arahan pembimbing, dan belum pernah diajukan dalam bentuk apapun pada perguruan tinggi dan instansi manapun.

Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan oleh penulis lain telah disebutkan dalam naskah dan dicantumkan dalam daftar pustaka laporan tugas akhir ini.

Jika pernyataan saya tersebut di atas tidak benar, saya siap menanggung risiko yang ditetapkan oleh Politeknik Negeri Ujung Pandang.

Makassar,

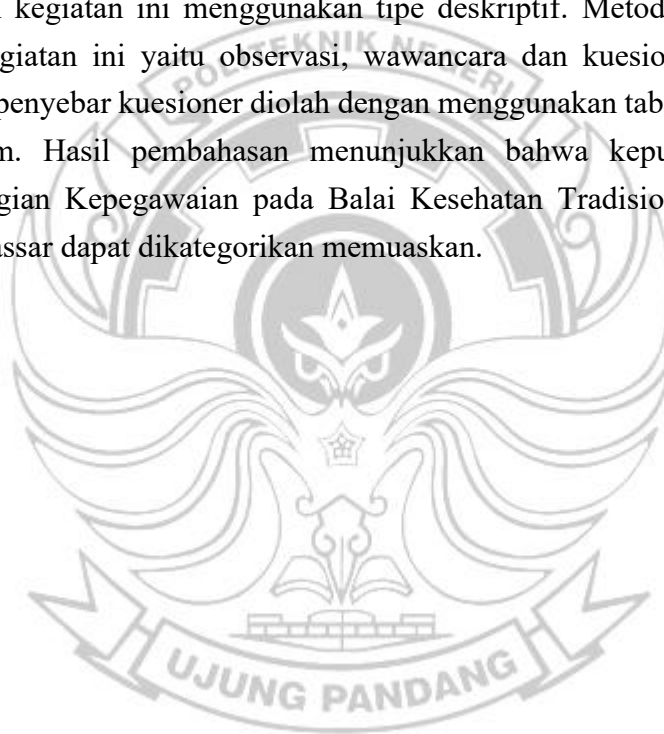
Annastya Putri Kaslan
NIM 351 19 056

KEPUASAN PELANGGAN INTERNAL PADA BALAI KESEHATAN TRADISIONAL MASYARAKAT (BKTM) MAKASSAR

RINGKASAN

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui dan memberikan gambaran bagaimana kepuasan pelanggan internal di Bagian Kepegawaian pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar. Populasi dalam kegiatan ini adalah seluruh pegawai BKTM yang mempunyai peluang menggunakan pelayanan di bagian kepegawaian. Sampel yang digunakan adalah simple random sampling.

Dalam kegiatan ini menggunakan tipe deskriptif. Metode pengumpulan data dalam kegiatan ini yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner diolah dengan menggunakan tabel frekuensi dan garis kontinum. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan internal di Bagian Kepegawaian pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar dapat dikategorikan memuaskan.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini persaingan bisnis terus meningkat termasuk di Indonesia. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah teknologi yang semakin canggih, produk yang berkualitas serta kualitas layanan yang diberikan. Kecanggihan teknologi membantu institusi dalam mengoptimalkan penciptaan produk yang berkualitas baik barang maupun jasa atau layanan. Berbeda dengan kualitas barang, kualitas layanan lebih dipengaruhi oleh manusianya sendiri. Kualitas layanan dipengaruhi oleh bagaimana seseorang sebagai penyedia layanan dapat menempatkan diri sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh penerima layanan.

Pada umumnya, pelayanan di setiap institusi dilakukan oleh pegawai yang masing-masing telah diberi SOP (Standar Operasional Prosedur) oleh institusi. pegawai memiliki kewajiban untuk mengoptimalkan pekerjaannya demi keberlangsungan suatu institusi. Meski demikian, tidak semua pegawai dapat memberikan layanan yang prima bagi setiap pelanggannya. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yang salah satu di antaranya adalah pelayanan internal dari institusi itu sendiri. Pelayanan internal harus dilakukan dengan sebaik mungkin karena sangat berpengaruh pada kualitas layanan eksternal.

Sebelum institusi menuntut pegawainya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, institusi juga dituntut untuk tidak lupa bahwa ia juga memiliki kewajiban dalam memberikan pelayanan kepada pegawainya. Begitu pula setiap pegawai berkewajiban untuk melaksanakan tugasnya dengan baik sehingga hasil kerjanya dapat memberikan kepuasan bagi pegawai lainnya yang menerima hasil perkerjaannya. Memberikan pelayanan yang baik kepada pegawai dapat membentuk kepuasan pegawai sehingga dengan demikian diharapkan dapat memotivasi mereka untuk memberikan pelayanan yang baik pula kepada pelanggan eksternal. Pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan bagi penerimanya.

Meskipun kepuasan pada hakikatnya tidak terbatas, namun tingkat kepuasan dapat menjadi acuan dalam keberhasilan suatu layanan. Jika pelayanan yang diberikan institusi memuaskan bagi pelanggan maka dapat memotivasi pelanggan tersebut untuk juga memberikan pelayanan yang baik kepada pihak lainnya di institusi. Sebaliknya, jika pelanggan tidak puas maka dapat mengurangi motivasi pelanggan tersebut untuk memberikan pelayanan yang lebih baik sehingga akan menyebabkan penurunan kinerja. Sebagaimana yang telah disebutkan di atas, kualitas pelayanan eksternal sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan internal sehingga pelayanan internal sangat perlu diperhatikan.

Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar merupakan pusat pengembangan kesehatan tradisional yang memberikan berbagai jenis

pelayanan seperti pemeriksaan klinik, uji laboratorium, akupuntur, akupresur, pijat bayi, terapi SPA (*Solus Per Aqua*), pengobatan serta perawatan tradisional dengan menggunakan obat atau ramuan yang berasal dari herbal. Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar juga melakukan upaya *health maintenance* mulai dari perawatan tradisional ramuan hingga modifikasi makanan. Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar memiliki visi pengembangan pelayanan Kesehatan tradisional alternatif dan komplementer yang aman dan bermanfaat menuju masyarakat sehat yang mandiri dan berkeadilan. Dengan demikian, Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar tetap harus menjaga kinerjanya termasuk pelayanan internalnya dalam mencapai visinya. Salah satu pelayanan internal yang disediakan Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar adalah pelayanan bagian Kepegawaian yang disediakan untuk pegawai institusi itu sendiri demi kelancaran kegiatan internal institusi. Jika pelayanan pada Bagian Kepegawaian tidak memuaskan bagi pelanggan internalnya, dapat berpengaruh negatif terhadap motivasi dan kinerja pegawai, dan kinerja institusi.

Uraian di atas melatarbelakangi usulan kegiatan studi mengenai pelayanan di Bagian Kepegawaian bagi pelanggan internal pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar dengan judul “Kepuasan Pelanggan Internal pada

Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar” sebagai laporan Tugas Akhir.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskanlah masalah yang akan dibahas pada kegiatan ini adalah: “Bagaimana kepuasan pelanggan internal pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar?

1.3 Ruang Lingkup Kegiatan

Kegiatan ini difokuskan pada kepuasan pelanggan internal terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bagian Kepegawaian pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar.

1.4 Tujuan Kegiatan

Tujuan dilaksanakannya kegiatan ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan internal terhadap pelayanan yang diberikan di Bagian Kepegawaian pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar.

1.5 Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat yang diharapkan dari dilakukannya kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma 3 jurusan Kepegawaian Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang.
- 2) Sebagai referensi bagi pihak lain yang tertarik untuk mempelajari dan/atau meneliti mengenai kepuasan pelanggan Internal.

- 3) Untuk institusi tempat kegiatan dilakukan, yaitu Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar dapat menjadi referensi mengenai tingkat kepuasan pegawainya terhadap layanan yang mereka terima.
- 4) Untuk masyarakat, memberikan pengetahuan dan wawasan dalam hal penerapan teori mengenai kepuasan pelanggan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan hal penting bagi perusahaan, merupakan salah satu fungsi pokok bisnis yang harus diperhatikan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Menurut *American Marketing Assosiation* (AMA) dalam Sudaryono (2016:41) “Pemasaran adalah fungsi dari organisasi dan serangkaian suatu proses penciptaan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai bagi para konsumen serta mengelola hubungan antara konsumen dengan perusahaan untuk memberikan manfaat bagi konsumen dan produsen”. Selain AMA, Kotler dan Keller (2012:5) juga menyatakan bahwa “pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.”

Definisi lainnya dikemukakan oleh Shinta (2011:1) sebagai berikut :

”Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individual atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen”.

Pendapat lain dikemukakan oleh Melydrum dalam Sudaryono (2016:41) bahwa “pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks straregi kompetitif.”

Berdasarkan pendapat para ahli di atas disimpulkan bahwa pemasaran adalah segala usaha yang dilakukan dalam kegiatan bisnis untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

2.2 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012:75) “Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.” Alat-alat pemasaran tersebut sebagaimana dikutip dari Sumarni dan Soeprihanto (2010:288) terdiri atas 4P yakni produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

1) Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk tidak hanya selalu berupa barang tetapi bisa juga berupa jasa ataupun gabungan dari keduanya. Secara umum, produk terdiri atas barang dan jasa atau pelayanan. Barang adalah komoditas atau produk berwujud yang memiliki aspek mutu yang bisa diukur sehingga manfaat dan nilai benda yang digunakan bisa berkurang. Sedangkan jasa atau layanan adalah produk tidak berwujud yang dapat ditawarkan kepada pelanggan. Pembahasan mengenai jasa atau pelayanan akan diuraikan lebih lanjut di bagian lainnya pada proposal ini.

2) Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Apabila produk telah siap dipasarkan, maka produsen akan menentukan nilai harga produk tersebut.

3) Tempat (*Place*)

Tempat dalam *marketing mix* biasa disebut dengan saluran distribusi yaitu saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen. Jadi, saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau industri pemakai.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah kegiatan memperkenalkan dan menyampaikan manfaat produk serta membujuk pelanggan untuk memakai produk yang ditawarkan perusahaan terkait.

2.3 Jasa atau Pelayanan

Untuk membahas mengenai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, lebih dahulu dibahas mengenai pengertian jasa atau pelayanan. Sebagaimana dikemukakan sebelumnya, produk bisa berupa barang atau pun jasa. Di bawah ini adalah pengertian jasa yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2013:5)

“Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai

tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan akan masalah yang dihadapi konsumen.”

Definisi lain tentang jasa juga dikemukakan oleh Kotler dan Keller, (2012:214) sebagai berikut.

“Jasa (*service*) adalah setiap aktivitas, manfaat atau *performance* yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimanapun dalam produksinya dapat terkait maupun tidak dengan produk fisik.”

Dari dua definisi jasa menurut para ahli di atas, diambil kesimpulan bahwa jasa pada dasarnya merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah.

Perbedaan antara barang dan jasa dapat dilihat melalui karakteristik jasa sebagai berikut (Tjiptono dan Chandra 2016: 25)

1) Tidak berwujud (*Intangibility*)

Berbeda dengan barang, jasa tidak memiliki wujud fisik yang dapat dilihat langsung seperti barang. Hal ini menyebabkan konsumen tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar, dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya. Terkait hal tersebut, konsumen cenderung mencari tahu kualitas jasa terlebih dahulu, di antaranya melalui perusahaan yang memproduksi jasa tersebut atau penyalur jasa tersebut.

2) Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan jasa yang menghasilkannya. Jasa produksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Artinya, jasa yang dibeli akan langsung digunakan saat itu juga melalui sumbernya, yaitu perusahaan jasa yang menghasilkan jasa tersebut

3) Bervariasi (*Heterogen*)

Jasa yang diberikan tidak mutlak atau sering kali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut dilakukan sehingga sulit menjaga konsistensi dari kualitas jasa.

4) Mudah musnah (*Perishability*)

Pada bahasan sebelumnya disebutkan jasa tidak memiliki wujud fisik yang berarti jasa tidak dapat disimpan atau mudah musnah. Maka dari itu, jasa tidak dapat disimpan untuk dijual pada masa yang akan datang.

2.4 Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis dengan tujuan mencapai keuntungan wajib memperhatikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas pelanggan dengan demikian dapat membawa keuntungan bagi perusahaan. Maka selanjutnya akan dibahas tentang apa kepuasan pelanggan itu.

Sebelum melangkah jauh pada kepuasan pelanggan, lebih dahulu akan dibahas apa itu pelanggan. Definisi pelanggan adalah setiap orang yang menuntut

pemberian jasa (perusahaan) untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performasi (*performance*) pemberi jasa (perusahaan) tersebut. Pelanggan dapat dibagi menjadi dua macam yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal (Rahmayanty, 2010: 23)

- 1) Pelanggan internal adalah orang-orang di dalam organisasi yang pelayanannya tergantung pada Anda dan hanya memiliki sedikit pilihan atau tidak memiliki pilihan sama sekali untuk menerima pelayanan dari anda. Contoh rekan kerja, atasan, atau orang-orang di departemen lain yang berada dalam satu perusahaan.
- 2) Pelanggan eksternal adalah orang-orang di luar organisasi/perusahaan yang pelayanannya tergantung pada anda dan berbisnis dengan anda karena pilihan mereka sendiri. Pelanggan eksternal setiap industri jelas adalah masyarakat umum yang menerima produk industri tersebut.

Pelanggan internal adalah pelanggan yang berada dalam perusahaan (Pegawai) yang menerima produk atau pelayanan dari pegawai lainnya dalam perusahaan tersebut. Setiap pelanggan memiliki tingkat kepuasannya masing-masing. Kepuasan pada hakikatnya tidak memiliki batas tetapi kepuasan seseorang dapat diukur melalui selisih antara harapan dan kenyataan. Selain itu, Daryono dan Setyobudi (2014:43) mengatakan “Kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi”. Pendapat lain dikemukakan oleh Kasmir (2017:245) bahwa “Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya”.

Dari definisi-definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah penilaian dari pelanggan setelah menggunakan produk. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan.

Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Zeithaml dan Bitner dalam Lupiyoadi, 2013: 228). Oleh karena itu untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dapat dilakukan dengan mengukur kualitas pelayanannya. Pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan berikut ini (Lupiyoadi, 2013: 228):

- 1) Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Contohnya, melakukan riset dengan metode fokus pelanggan (*customer focus*) yang mengedarkan kuesioner dalam beberapa periode untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan.
- 2) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk di dalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.

- 3) Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
Dengan membentuk sistem keluhan dan saran, misalnya dengan hotline (panggilan nomor telepon) bebas pulsa.
- 4) Memberikan dan menerapkan *partnership accountable*, proaktif, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

2.5 Kualitas Pelayanan

Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya, faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:59) “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Zeithalm dalam Tjiptono dan Chandra (2016:284) mengungkapkan bahwa terdapat faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan. Faktor dominan tersebut terdiri dari lima dimensi sebagai berikut.

1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan berkaitan dengan kemampuan pegawai untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh lain diantaranya adalah kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang prima, kemampuan pegawai dalam menangani kebutuhan konsumen dengan tepat, dan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.

2) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap pegawai dalam melayani dan membantu pelanggan melingkupi bagaimana kesediaan pegawai merespon keluhan pelanggan, kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, bersikap ramah pada setiap pelanggan, serta kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen.

3) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah bagaimana pegawai mampu memberikan jaminan atas pelayanan yang diberikan sehingga menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan dengan pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya sehingga pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen.

4) Empati (*Empathy*)

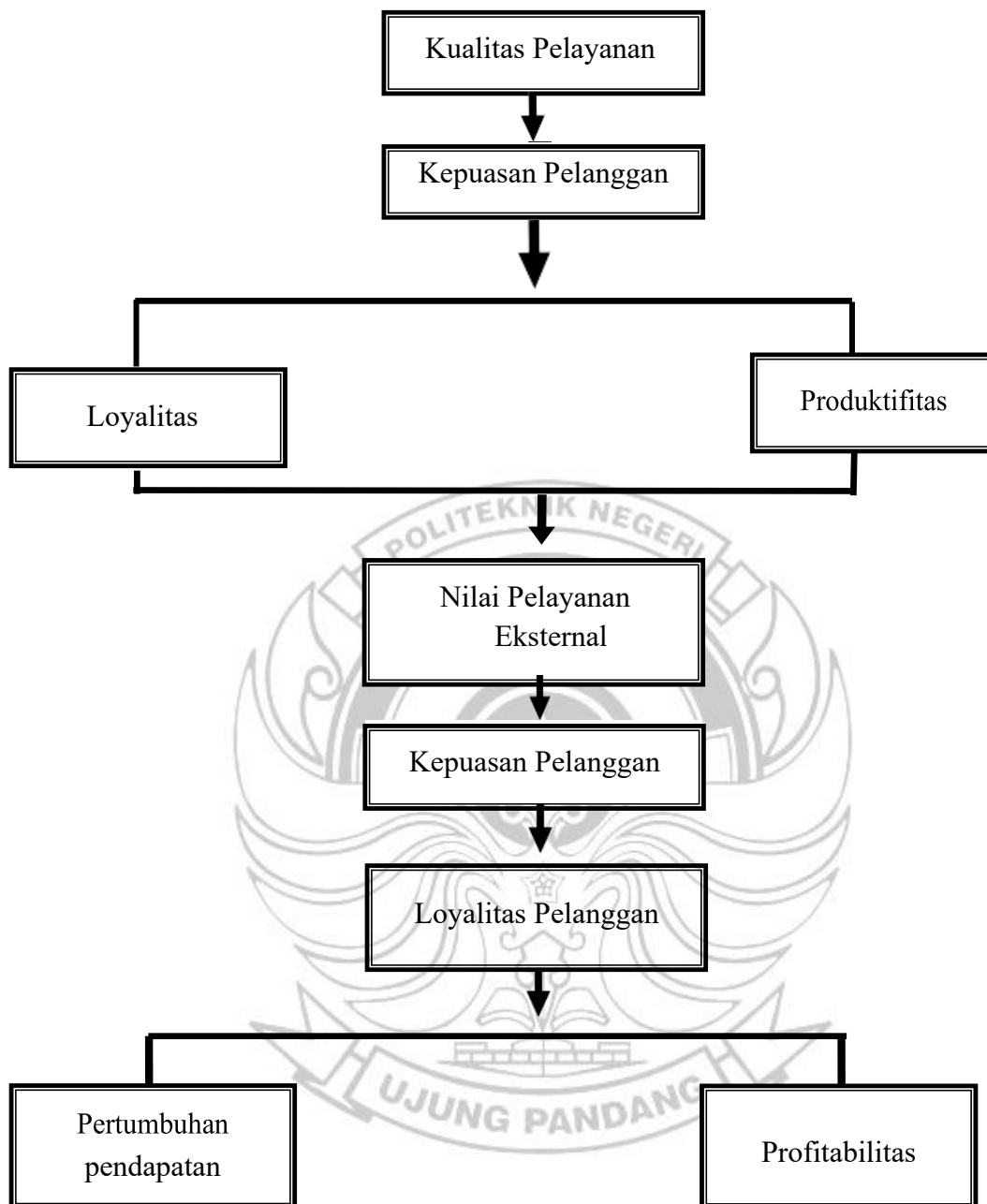
Empati diperlukan sebagai bentuk kesediaan pegawai dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Salah satunya adalah dengan mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Dengan demikian, pemberi pelayanan dapat memahami kebutuhan dan keluhan-keluhan yang dirasakan pelanggan.

5) Bukti langsung (*Tangible*)

Tangible menyangkut tampilan fisik atau bentuk nyata dari pelayanan jasa yang diberikan, misalnya fasilitas serta peralatan yang digunakan untuk mendukung kualitas pelayanan jasa.

Kelima dimensi yang telah diuraikan di atas dibuat secara rinci dalam bentuk tabel. Dengan menentukan kualitas pelayanan, maka akan diketahui bagaimana kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan eksternal terkait erat dengan kepuasan pelanggan internal seperti dapat dilihat pada tabel di bawah ini.





Sumber: Rantai Laba-Pelayanan, Fandy Tjiptono dalam Rahmayanty (2010:24)

Gambar 1. Keterkaitan Pelayanan Internal dan Eksternal

2.6 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat digunakan berbagai metode, dari mulai yang sangat sederhana sampai dengan yang canggih dan rumit. Secara garis besar terdapat empat metode yang digunakan perusahaan untuk mengukur seberapa tinggi kepuasan pelanggan yang berhasil mereka ciptakan (Tjiptono dan Chandra, 2016:2019).

1) Sistem keluhan dan saran (*Complaint and Suggestion System*)

Setiap konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai suatu produk dikarenakan konsumen sangat bervariasi. Meski begitu, perusahaan harus memperhatikan setiap keluhan dan kebutuhan konsumennya. Perusahaan yang berfokus pada konsumennya akan mempermudah konsumen untuk memberikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telepon khusus atau saluran bebas pulsa yang memudahkan pelanggan menyampaikan saran atau keluhan, dan sebagainya. Sistem seperti itu hanya membantu perusahaan bertindak lebih cepat tetapi juga menyediakan banyak gagasan yang baik bagi perusahaan untuk memperbaiki pelayanannya.

2) Pelanggan bayangan (*Ghost Shopping atau Mystery Shopping*)

Metode *ghost shopping* dilakukan dengan cara menggunakan beberapa orang berpura-pura atau berperan sebagai pelanggan atau *ghost shopper* perusahaan dan pesaing. Para *ghost shopper* akan datang melihat langsung bagaimana

pegawai berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Setelah itu, *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan berdasarkan pengalaman mereka menjadi pelanggan.

3) Analisis pelanggan yang hilang (*Lost Customer Analysis*)

Metode analisis pelanggan yang hilang dilakukan dengan cara perusahaan menghubungi pelanggan lama yang sudah beralih atau memakai produk dari perusahaan itu lagi. Melalui analisis tersebut, diharapkan perusahaan dapat mengetahui penyebab beralihnya yang hilang kemudian dicari kebijakan untuk mengatasi hal tersebut sebagai loyalitas konsumen akan terbentuk kembali seperti semula.

4) Survei kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Surveys*)

Berbagai hasil studi menunjukkan bahwa hanya sedikit saja pelanggan yang tidak puas mau menyampaikan keluhannya, kebanyakan pelanggan hanya beralih ke perusahaan pesaing. Perusahaan yang responsive melakukan pengukuran langsung atas kepuasan pelanggan dengan melakukan survei kepuasan pelanggan melalui pos, telepon, website, email, menyebarkan kuesioner, atau wawancara langsung kepada sampel dari pelanggan yang sudah ada.

Hingga saat ini, survei merupakan metode yang paling populer dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan. Metode ini memungkinkan untuk mendapatkan ukuran kuantitatif yang mudah digunakan untuk membandingkan tingkat kepuasan pelanggan.



BAB III

METODE KEGIATAN

3.1 Tempat dan Waktu Kegiatan

3.1.1 Tempat Kegiatan

Kegiatan ini akan dilakukan pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar yang berlokasi di Jalan Perintis Kemerdekaan KM. 11, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

3.1.2 Waktu Kegiatan

Waktu kegiatan ini direncanakan akan dilakukan selama satu bulan.

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam studi ini adalah seluruh pegawai Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar yang berjumlah 65 pegawai yang mempunyai peluang menggunakan pelayanan Bagian Kepegawaian pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari kuantitas populasi yang mencerminkan dari keseluruhan populasi tersebut. Adapun ukuran sampelnya menggunakan ukuran sampel menurut Gay, Mills dan Airasian (dalam Alwi, 2012: 141) yaitu untuk populasi yang relatif kecil minimal 20% dari populasi. Jadi, sampel yang digunakan ialah minimum $65 \times 20\% = 25$ pegawai.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, yakni pengambilan sampel paling sederhana dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua populasi di tempat dilakukannya kegiatan studi, artinya setiap pelanggan internal yang ditemui akan dijadikan sebagai sampel dalam kegiatan ini.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut.

1) Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas layanan Kepegawaian dan kondisi pelayanannya kepada pelanggan internal di Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan yaitu pihak BKTM di Bagian Kepegawaian dengan menggunakan ponsel pintar sebagai alat penunjang kegiatan ini. Wawancara dilakukan guna memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai kepuasan pelanggan internal yang dilakukan serta memperjelas data yang diperoleh dari kegiatan observasi. Adapun daftar pertanyaan wawancara dapat dilihat pada Lampiran 4.

3) Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Responden dalam hal ini adalah para pegawai Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar yang mendapatkan pelayanan dari Bagian Kepegawaian pada kantor tersebut. Adapun daftar pertanyaan kuesioner dapat dilihat pada Lampiran 5.

3.4 Tipe Kegiatan

Tipe kegiatan yang digunakan adalah deskriptif, yaitu suatu kegiatan yang menggambarkan secara jelas objek yang diteliti serta menjelaskan data secara sistematis mengenai masalah yang akan diteliti, yaitu mengenai kepuasan pelanggan internal pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam kegiatan ini adalah teknik analisis statistika deskriptif, yaitu dengan menggunakan tabel yang berdasarkan pada hasil kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan dengan menggunakan skala *likert*. Dengan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono 2010:134). Kategori tanggapan responden yang digunakan dalam

pertanyaan ada lima kategori ialah sangat memuaskan, memuaskan, cukup memuaskan, kurang memuaskan, dan tidak memuaskan. Kelima tanggapan tersebut diberi nilai skor sebagai berikut :

Tabel 1. Skala likert

No	Tanggapan	Skor	Frekuensi	Nilai Capaian (skor x Frekuensi)
1	Sangat Memuaskan	5		
2	Memuaskan	4		
3	Cukup Memuaskan	3		
4	Kurang Memuaskan	2		
5	Tidak Memuaskan	1		
Jumlah				

(Sumber: *Sugiyono, 2010:134*)

Adapun untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan internal pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar, dilakukan melalui garis kontinum. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

Diketahui:

Banyaknya kelas ada 5 kategori

Jumlah pegawai BKTM Makassar/responden = 25 pegawai

- Skor tertinggi (jika seluruh responden memberikan tanggapan (sangat memuaskan = 5)

Maka skor nilai tertinggi dapat diperoleh adalah :

$$5 \times 25 = 125 \text{ skor}$$

- Skor terendah (jika seluruh responden memberikan tanggapan (tidak setuju = 1)

Maka skor terendah dapat diperoleh adalah :

$$1 \times 25 = 25 \text{ skor}$$

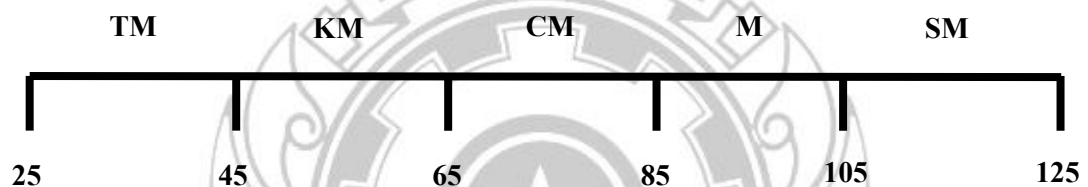
- Rentang skor = skor tertinggi – skor terendah

$$125 - 25 = 100 \text{ skor}$$

- Panjang interval kelas skor = rentang skor / banyaknya kelas

$$100 / 5 = 25$$

Skala kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



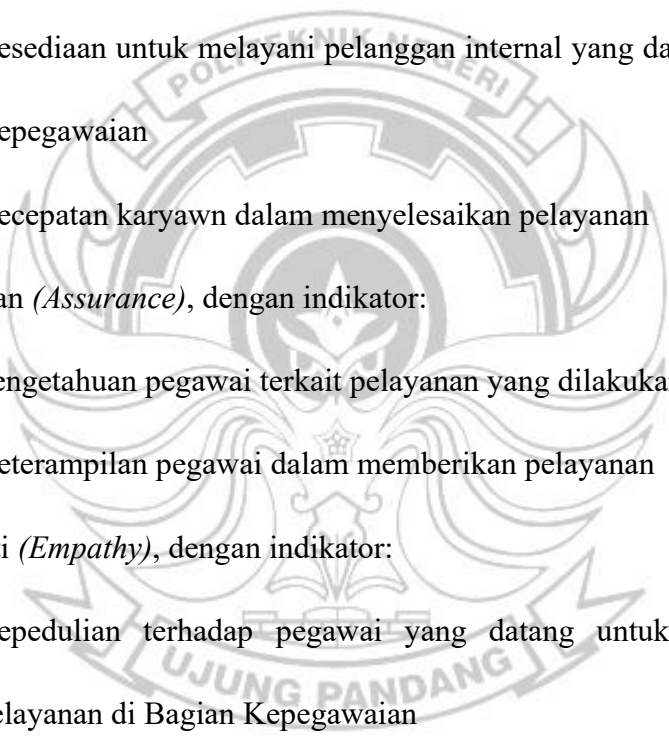
Gambar 2. Garis Kontinum

Berdasarkan garis kontinum yang digambarkan di atas maka dapat ditentukan kriteria yang digunakan untuk menilai tingkat kualitas pelayanan

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional yang digunakan dalam menelaah kepuasan pelanggan internal adalah sebagai berikut:

- 1) Pelanggan internal adalah pelanggan yang berada dalam perusahaan (Pegawai) yang menerima produk atau pelayanan dari pegawai lainnya dalam perusahaan tersebut.
- 2) Kepuasan pelanggan internal adalah persepsi pelanggan dalam menilai pelayanan yang diberikan, berdasarkan:

- 
- a. Kehandalan (*Reliability*), dengan indikator:
- (1) Kemampuan pegawai memberikan pelayanan sesuai dengan ketentuan perusahaan
 - (2) Kemampuan pegawai untuk memberikan pelayanan secara akurat tanpa kesalahan
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*), dengan indikator:
- (1) Kesiediaan untuk melayani pelanggan internal yang datang di Bagian Kepegawaian
 - (2) Kecepatan karyawan dalam menyelesaikan pelayanan
- c. Jaminan (*Assurance*), dengan indikator:
- (1) Pengetahuan pegawai terkait pelayanan yang dilakukan
 - (2) Keterampilan pegawai dalam memberikan pelayanan
- d. Empati (*Empathy*), dengan indikator:
- (1) Kepedulian terhadap pegawai yang datang untuk mendapatkan pelayanan di Bagian Kepegawaian
 - (2) Kemampuan dalam memahami kebutuhan pegawai yang dilayani
- e. Bukti Langsung (*Tangible*), dengan indikator:
- (1) Kelengkapan peralatan pendukung pelayanan
 - (2) Kenyamanan ruangan Bagian Kepegawaian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai kepuasan pelanggan, dapat ditarik kesimpulan bahwa Kepuasan Pelanggan Internal terhadap pelayanan Bagian Kepegawaian pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar dapat dikategori memuaskan. Meski demikian, masih ada dimensi yang dinilai rendah, yaitu pada dimensi bukti langsung (*tangibles*) terkait dengan kelengkapan peralatan pendukung pelayanan di Bagian Kepegawaian Oleh karena itu, diperlukan peningkatan agar lebih baik lagi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan maka saran yang dapat dikemukakan diantaranya yaitu :

- 1) Diharapkan bagi pihak institusi, untuk lebih meningkatkan peralatan khususnya komputer di Bagian Kepegawaian
- 2) Pegawai sebaiknya lebih meningkatkan kepedulian terhadap pelanggan internal yang datang untuk mendapatkan pelayanan di Bagian Kepegawaian
- 3) Pegawai diharapkan lebih mampu memahami kebutuhan pegawai yang dilayani

DAFTAR PUSTAKA

- BKTM. 2017. Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat Makassar, (Online), <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/menggali-potensi-health-tourism-bktm-makassar>, diakses tanggal 2 September 2022
- Idrus, Alwi. 2012. *Kriteria Empirik dalam Menentukan Ukuran Sampel Pada*. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Formatif/article/view/95>, diakses tanggal 9 Maret 2011
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Profil. 2018. Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat Makassar, (Online), http://www.bktm-makassar.org/bktm_profiles.html, diakses tanggal 10 September 2022
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sumarni, Murti dan Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality, and Satisfaction* (Edisi 4). Yogyakarta: AND



LAMPIRAN

Lampiran 1. Struktur Organisasi BKTM Makassar



Lampiran 2. Surat Permohonan Izin Penelitian



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI UJUNG PANDANG**

Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10 Tamalanrea, Makassar 90245
Telepon: (0411)-585365, 585367, 585368; Faksimili: (0411)-586043
Laman : www.poliupg.ac.id/ E-Mail : pnup@poliupg.ac.id

Nomor : 3390/PL10/TA.00.03/2022
Hal : Permohonan Izin Penelitian

9 Agustus 2022

**Yth. Pimpinan Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM)
Jl. Perintis Kemerdekaan KM. 11 Kecamatan Tamalanrea
Kota Makassar, Sulawesi Selatan.**

Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa pada Jurusan Administrasi Niaga Program Studi D3-Administrasi Bisnis, kami sangat mengharapkan bantuan Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan izin Penelitian/Pengambilan Data pada Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Adapun nama-nama mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama	Stambuk	Judul Penelitian	Waktu Pelaksanaan
Annastya Putri Kaslan	35119056	Kepuasan Pelanggan Internal pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM)	08 Agustus s.d. 08 September 2022

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerja sama yang baik, diucapkan terima kasih.

a.n. Direktur
Wakil Direktur

Ahmad Zubair Sultan, S.T., M.T., Ph.D.
NIP 197404231999031002

Tembusan:
Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Lampiran 3. Balasan Surat Permohonan Izin Penelitian



KEMENTERIAN KESEHATAN RI
DIREKTORAT JENDERAL KESEHATAN MASYARAKAT
BALAI KESEHATAN TRADISIONAL MASYARAKAT MAKASSAR



Jl. Perintis Kemerdekaan Km.11 Makassar 90245,
Telepon : (0411) 584172, Faksimile : (0411) 587373,
Laman (*website*): www.bktm-makassar.org, Surat Elektronik : sulsebktm@yahoo.co.id

Nomor : UM.01.05/1/1170/2022
Sifat : BIASA
Hal : Surat Penyampaian

22 Agustus 2022

Yth. Direktur Politeknik Negeri Ujung Pandang
Di
Tempat

Salam silaturahmi kami ucapkan semoga segala aktivitas keseharian kita mendapat hidayah dari Tuhan Yang Maha Esa Aamiin...

Berdasarkan Surat No : 3390/PL10/TA.00.03/2022 tanggal 12 Agustus 2022 perihal permohonan Izin Penelitian di Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat Makassar :

NAMA	NIM	JUDUL PENELITIAN
Annastya Putri Kaslan	35119056	Kepuasan Pelanggan Internal pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM)

Bahwa kami menyetujui untuk menerima mahasiswa melakukan penelitian dan pengambilan data di BKTM Makassar, selama sesuai aturan yang berlaku termasuk pelaksanaan PP No. 64 Tahun 2019 tentang Tarif PNBK dan laporan hasil dilaporkan ke Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar.

Demikian penyampaian kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Kepala Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat Makassar,



Dr. dr. Anna Khuzaimah, M.Kes

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE). BSSN

Lampiran 4. Daftar Pertanyaan Wawancara

Nama Informan :

Jabatan :

1. Apa saja layanan yang disediakan pada Bagian Kepegawaian BKTM Makassar
2. Selain pelayanan kesehatan, apa saja yang disediakan oleh BKTM Makassar



Lampiran 5. Kuesioner

KUESIONER KEPUASAN PELANGGAN INTERNAL TERHADAP PELAYANAN BAGIAN KEPEGAWAIAN BKTM MAKASSAR

PETUNJUK PENGISIAN

1. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada.
2. Yang dimaksud Pelanggan Internal dalam kuesioner ini adalah semua pegawai BKTM yang datang untuk mendapatkan pelayanan dari petugas di Bagian Kepegawaian
3. Berikan tanda silang (X) pada kolom alternatif jawaban yang dipilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya

No	Pernyataan: Bagaimana kepuasan Bapak/ Ibu/Sdr. terhadap unsur-unsur pelayanan pegawai Bagian Kepegawaian di bawah ini:	Alternatif Jawaban				
		TM	KM	CM	M	SM
Reliability (Keandalan)						
1	Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan ketentuan institusi					
2	Kemampuan untuk memberikan pelayanan secara akurat tanpa kesalahan					
Responsiveness (Daya Tanggap)						
1	Kesiapsediaan untuk melayani pelanggan internal yang datang di Bagian Kepegawaian					
2	Kecepatan dalam menyelesaikan pelayanan					
Assurance (Jaminan)						
1	Pengetahuan pegawai terkait pelayanan yang dilakukan					
2	Keterampilan pegawai dalam memberikan pelayanan					
Empathy (Empati)						
1	Kepedulian terhadap pegawai yang datang untuk mendapatkan pelayanan di Bagian Kepegawaian					
2	Kemampuan dalam memahami kebutuhan pegawai yang dilayani					

**Lanjutan tabel kuesioner kepuasan pelanggan internal terhadap pelayanan
Bagian Kepegawaian BKTMM Makassar**

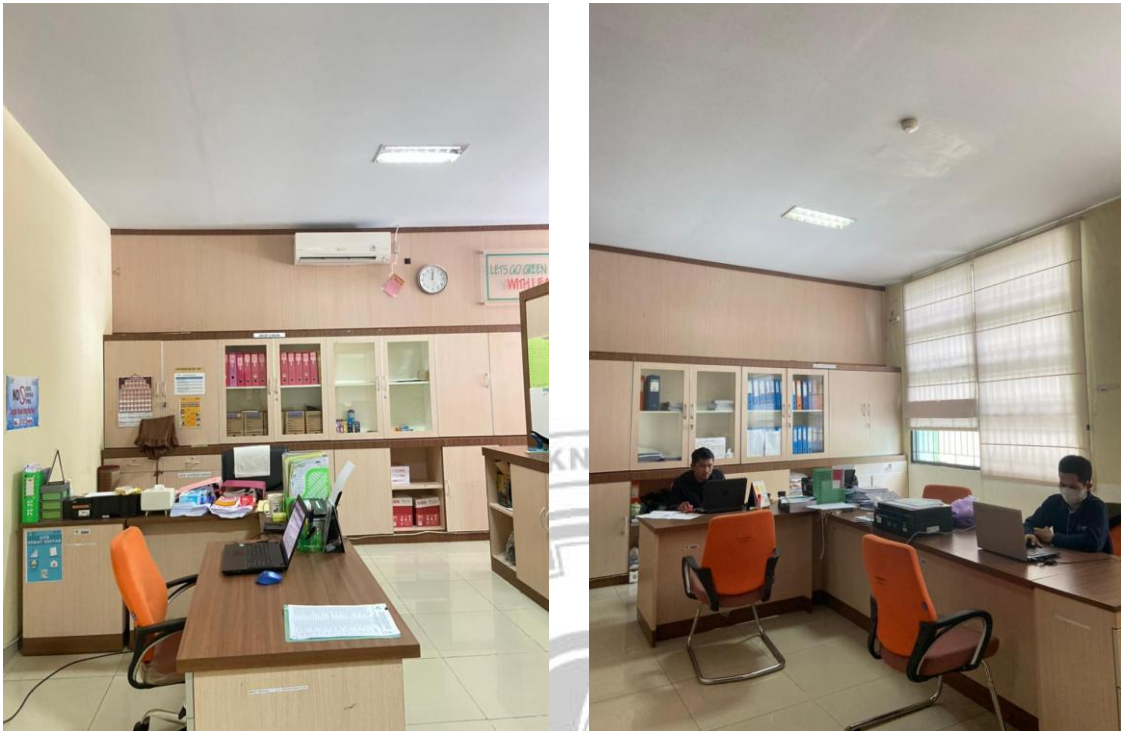
<i>Tangibles (Bukti Langsung)</i>						
1	Kelengkapan peralatan pendukung pelayanan					
2	Kenyamanan tempat pelayanan di Bagian Kepegawaian					



Lampiran 6. Dokumentasi Pembagian Kuesioner Kepuasan Pelanggan Internal Pada Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat (BKTM) Makassar



Lampiran 7. Dokumentasi Ruangan Bagian Kepegawaian BKTM Makassar



Lampiran 8. Produk dan Layanan Kesehatan BKTM Makassar

