

Kepuasan Pasien Berbasis Inovasi Pengalaman pada Fasilitas Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut di Jawa Barat

Pri Agung Danarrahmanto*

Akademi Perkam Medis dan Informatika Kesehatan, Bandung
Jl. Muararajeun No.69, Cihaur Geulis, Bandung, Indonesia
priagung@apikesbandung.ac.id

Supriyadi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STEMBI Bandung
Jl. Buah Batu No.26, Burangrang, Bandung, Indonesia
supriyadi@stemb.ac.id

Julia Famor Pratami

Akademi Perkam Medis dan Informatika Kesehatan, Bandung
Jl. Muararajeun No.69, Cihaur Geulis, Bandung, Indonesia
drjuliafamor@apikesbandung.ac.id

(* *Corresponding Author*)

Diterima: 20-10-2021 | Disetujui: 10-05-2022 | Dipublikasi: 31-07-2022



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

ABSTRAK

Industri pelayanan kesehatan di Indonesia terus berkembang, namun industri kesehatan memiliki tingkat ketahanan yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengelaborasi hubungan antara pengalaman pasien digital, inovasi, dan kepuasan pasien pada fasilitas pelayanan kesehatan khusus gigi dan mulut di Jawa Barat. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan survei kepada 100 pasien yang tersebar di Jawa Barat. Kemudian, data tersebut dianalisis menggunakan analisis jalur dan regresi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kombinasi antara pengalaman digital pasien dan inovasi memiliki peran positif yang signifikan dalam mencapai kepuasan pasien. Terdapat pengaruh antara pengalaman digital pasien dengan kepuasan pasien, sedangkan tidak terdapat pengaruh signifikan antara pengalaman digital pasien dengan kepuasan pasien. Kebaruan didapat dengan menguji dan menganalisis hubungan inovasi, pengalaman pasien digital, kepuasan pasien tersebut dalam satu model, serta penggunaan fasilitas pelayanan kesehatan di Jawa Barat sebagai unit analisis penelitian.

Kata Kunci:

Inovasi, Pengalaman Pasien Digital, Kepuasan Pasien, Gigi dan Mulut

ABSTRACT

The healthcare industry in Indonesia continues to grow, but the health industry has a low level of resilience. This study aims to elaborate on the relationship between digital customer experience, innovation, and patient satisfaction at West Java's special dental and oral health care facilities. Data was collected using a survey of 100 patients spread across West Java. Then, the data were analyzed using path analysis and regression. The results reveal that combining digital customer experience and innovation has a significant positive role in achieving patient satisfaction. There is an influence between digital customer experience and patient satisfaction, while there is no significant effect between digital customer experience and patient satisfaction. Novelty is obtained by testing and analyzing the relationship between innovation, digital patient experience, patient satisfaction in one model, and the use of health service facilities in West Java as a unit of research analysis.

Keywords:

Digital Customer Experience, Innovation, Patient Satisfaction, Dental, Dentist

PENDAHULUAN

Sektor kesehatan merupakan hal penting yang merupakan kebutuhan utama masyarakat yang saat ini terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2020) menyatakan bahwa angka pertumbuhan industri kesehatan sebesar 15.3%, pertumbuhan tertinggi dibandingkan dengan sektor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa bidang kesehatan di Indonesia sangat berpotensi untuk dikembangkan.

Di tengah pertumbuhan yang pesat, terdapat tantangan bagi industri kesehatan untuk menjaga keberlangsungannya. Hal tersebut menjadi perhatian karena berdasarkan data U.S Breau of Labor (2016), sektor kesehatan terus mengalami penurunan tingkat ketahanan. Berbagai hal dapat menyebabkan rendahnya tingkat ketahanan tersebut, salah satunya adalah kepuasan pelanggan menurut Vargas et al., (2019); Otto et al., (2020), pasien adalah pelanggan yang menerima layanan dari fasilitas pelayanan kesehatan (fasyankes).

Masalah kepuasan pasien terjadi di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Berdasarkan riset di 32 negara, menunjukkan bahwa kepuasan pasien negara-negara dunia masih tergolong rendah, berada di angka 34% (Statista, 2020). Sedangkan di Indonesia, kepuasan pasien berada pada angka 34% sampai dengan 43% (Mahendradhata Y et al., 2017). Angka tersebut masih jauh dari target kepuasan pasien yang minimal berada di angka 80%.

Kepuasan pasien ditentukan oleh banyak hal, seperti akses terhadap pelayanan fasyankes. Akses merupakan hal penting bagi pelayanan kesehatan, terutama di wilayah yang memiliki populasi penduduk yang padat. Salah satu wilayah dengan penduduk terpadat di Indonesia adalah Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2018), sebanyak 73,6% atau sekitar 33 juta penduduk Jawa Barat mengalami kesulitan mengakses fasilitas kesehatan. Hal tersebut menyebabkan rendahnya tingkat kepuasan pasien di Jawa Barat. Hal tersebut di dukung oleh data dari Pemerintah Jawa Barat melalui Jaringan Informasi Pelayanan Publik pada tahun 2019, menyebutkan bahwa terdapat beberapa rumah sakit di Jawa Barat, seperti Rumah Sakit Umum Daerah Pameungpeuk, yang mendapat nilai kurang dari 76 atau penilaian kepuasan kurang baik dan belum ada rumah sakit umum yang mendapat penilaian di atas 90 atau penilaian sangat baik.

Hal tersebut diperburuk oleh ketimpangan rasio tenaga kesehatan di Indonesia. Berdasarkan perbandingan data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes) tahun 2018 dan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), terjadi ketimpangan rasio tenaga kesehatan terhadap penduduk Indonesia, terutama rasio ketersediaan dokter gigi. Menurut WHO rasio ideal dokter gigi adalah 1 dokter untuk 2500 orang penduduk atau dengan rasio 1:2500, sedangkan berdasarkan data dari Pemerintah Jawa Barat saat ini kondisi rasio ketersediaan dokter gigi di Jawa Barat adalah 1:28000. Hal tersebut berdampak pada rendahnya penilaian masyarakat terhadap tingkat kepuasan pelayanan kesehatan di Jawa Barat.

Berbagai upaya dilakukan oleh fasyankes gigi mulut untuk meningkatkan kepuasan pasien, salah satunya dengan melakukan inovasi. Menurut Gurtner dan Soyez (2015), beberapa peneliti seperti Herzlinger yang meneliti bidang kesehatan menyebutkan bahwa banyak inovasi telah dilakukan di bidang kesehatan tetapi tidak membawa dampak terhadap kemajuan perusahaan, bahkan menyebabkan perusahaan rugi miliaran dolar. Menurut laporan Forbes (2021), perusahaan besar, seperti *Amazon*, *Apple* dan *Walmart*, juga belum bisa memberi dampak pada sektor kesehatan melalui inovasi yang telah mereka lakukan.

Seringkali inovasi yang dilakukan oleh fasyankes gigi mulut tidak dapat memenuhi kebutuhan pasien. CB Insight (2020) mengemukakan bahwa penyebab utama kegagalan perusahaan adalah seringkali produk atau layanan yang dihasilkan tidak dibutuhkan pasar. Salah satu kebutuhan pasien di Indonesia adalah untuk mendapat akses layanan kesehatan yang baik, sebanyak 61.8% penduduk Indonesia kesulitan mengakses layanan kesehatan (Kemenkes RI, 2018). Akses terhadap pelayanan kesehatan merupakan salah satu kebutuhan pasien yang perlu segera dipenuhi.

Digitalisasi merupakan alternatif cara untuk memudahkan masyarakat mengakses fasyankes gigi mulut. Tren digital tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat, oleh karena itu fasyankes perlu menghadirkan pengalaman digital pasien atau *digital customer experience* untuk pasiennya. Menurut Catlin et al., (2015), digitalisasi dapat mendorong pertumbuhan perusahaan serta menciptakan efisiensi dengan kisaran 5% hingga 10%.

Berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa dibutuhkan upaya untuk meningkatkan kepuasan pasien di Jawa Barat. Menurut penelitian terdahulu, kepuasan dapat ditingkatkan dengan memberikan pengalaman pasien yang baik. Kebaruan didapat dengan mengkaji pengalaman digital yang didapatkan pasien pada fasyankes gigi dan mulut di Jawa Barat, karena belum pernah diteliti sebelumnya. Selain itu, pemanfaatan pengalaman digital pasien dan inovasi secara bersamaan diduga dapat membantu pada pemangku kepentingan untuk meningkatkan kepuasan pasien di Jawa Barat. Pada penelitian sebelumnya, variabel kepuasan pasien, pengalaman pasien digital, dan inovasi diteliti secara terpisah dan tidak dilakukan penelitian pada fasyankes gigi dan mulut di Jawa Barat. Sementara itu, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang upaya untuk mencapai kepuasan pasien dengan memanfaatkan inovasi yang berorientasi pada pengalaman digital pasien di Jawa Barat.

Penelitian ini terdiri dari beberapa bagian yaitu bagian pertama adalah tinjauan literatur yang relevan dan pengembangan kerangka teori dan hipotesis. Kedua, penjelasan metodologi dan pengumpulan data. Ketiga, analisis dan pembahasan data. Bagian terakhir adalah kesimpulan dan implikasi dari penelitian ini.

Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien merupakan penilaian subjektif pasien terhadap pelayanan medis dan staf, penggunaan perspektif tersebut penting untuk mengukur dan memvalidasi instrumen kepuasan. (Nair et al., 2018). Kepuasan pelanggan merupakan hasil perbandingan kinerja atau sesuatu yang dihasilkan perusahaan dibandingkan dengan yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga menghasilkan perasaan senang atau kecewa (Kotler et al., 2016). Menurut Bowen dan Chen (2015), pada perusahaan jasa, terdapat keterkaitan antara kepuasan pelanggan dengan dengan kinerja organisasi. Kepuasan pelanggan berkaitan dengan inovasi seperti telemedis yang dapat meningkatkan efisiensi pelayanan kesehatan (Kruse et al., 2017).

Beberapa peneliti menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan meningkatkan efisiensi, kinerja karyawan dan kualitas layanan (Chen, 2012). Menurut Delafrooz et al., (2013), kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan meningkatkan rasionalitas harapan, memberikan pengalaman layanan yang baik dan meningkatkan motivasi untuk merekomendasikan suatu produk atau layanan. Penelitian lain menyebutkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan efisiensi, kinerja karyawan, dan kualitas layanan (Kumar et al., 2013).

Pengalaman Digital Pasien

Persepsi pelanggan yang berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan atau organisasi memberi perlakuan kepada pelanggan (Kavitha dan Haritha, 2018). Menurut Schmitt (2013), pengalaman pelanggan merupakan proses mengelola pengalaman pelanggan secara keseluruhan yang dilakukan melalui produk atau perusahaan. Pengalaman pelanggan berhubungan dengan faktor kognitif, emosi, fisik, sensorik, spiritual, dan sosial yang merupakan interaksi, baik langsung atau tidak langsung, antara pelanggan dengan pelaku pasar lainnya (De-Keyser et al., 2015). Temuan Addae et al., (2021), mengkonfirmasi bahwa pengalaman pelanggan dapat dijelaskan oleh beberapa dimensi, seperti karyawan, layanan inti, nilai tambah, kecepatan dan bauran pemasaran.

Sedangkan, pengalaman digital pasien atau *digital customer experience* dapat dikatakan sebagai bagian dari pengalaman pelanggan yang berhubungan dengan titik sentuh digital (Betzing et al., 2017). Menurut Silalahi dan Rufaidah (2018), pengalaman digital pasien dapat diidentifikasi melalui *digital service experience, digital image experience, digital touchpoint experience*.

Inovasi

Inovasi erat kaitannya dengan dunia bisnis dan diartikan sebagai sesuatu yang beresiko, mahal, dan memakan waktu (Costello dan Prohaska, 2013). Inovasi juga sering dikaitkan dengan pemecahan masalah. Menurut Huebner et al., (2015), inovasi sering diarahkan pada pemikiran baru dan pemecahan masalah. Pemecahan masalah dapat dilakukan dari berbagai dimensi, seperti produk, proses, organisasi, dan pemasaran (Danarahmanto, 2020). Penggabungan beberapa yang tersedia dapat dikatakan sebagai

sebuah inovasi, selain itu kombinasi dengan penggunaan teknologi baru juga melahirkan inovasi (Leenders & Dolfmsa, 2016). Penggabungan dari pengetahuan merupakan melahirkan pemecahan masalah bagi suatu perusahaan (Fri et al., 2013). Inovasi bukan hanya perolehan pengetahuan, itu adalah pembelajaran berkelanjutan, dan pengetahuan ini juga perlu dipraktikkan untuk mendapatkan hasil yang diharapkan (Sardana, 2016).

Inovasi dapat dikatakan sebagai upaya menciptakan peluang untuk dapat terus menjaga pertumbuhan perusahaan. Menurut Denicolo dan Zanchettin (2016), inovasi berhubungan dengan pertumbuhan dan penciptaan hal baru dalam suatu bisnis. Menurut Danarahmanto (2020), inovasi merupakan hal penting yang berdampak positif terhadap keberlangsungan perusahaan karena dapat mendorong terciptanya layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Hubungan Antara Kepuasan Pasien, Pengalaman Digital Pasien, dan Inovasi

Studi ini melihat bagaimana kepuasan pasien Indonesia dicapai melalui pemanfaatan inovasi berbasis pengalaman digital pasien. Kepuasan pelanggan dipengaruhi tidak hanya oleh pengalaman pasien, tetapi juga secara langsung oleh inovasi. Penelitian tersebut didukung oleh Snide dan Nylon (2013) yang mengatakan bahwa berbagai inovasi dapat dilakukan dalam pelayanan kesehatan, inovasi tersebut dapat berguna untuk meningkatkan kepuasan pasien. Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan memiliki peran yang besar dalam mendorong terciptanya kepuasan pelanggan (Yusuf, 2012). Penelitian lain yang dilakukan oleh Mahmoud et al., (2018), menunjukkan bahwa inovasi pelayanan dan inovasi teknologi berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Chen et al., (2021), kepuasan pasien berkaitan dengan pengalaman pasien yang berhubungan digitalisasi dan penggunaan teknologi yang dimanfaatkan oleh pasien-pasien untuk berinteraksi dengan penyedia layanan. Penelitian tersebut didukung oleh Chauhan et al., (2022), penggunaan teknologi berhubungan dengan kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, serta performa keuangan perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, penelitian ini mengajukan beberapa hipotesis yang akan dikaji, yaitu sebagai berikut.

- H1: Pengalaman digital pasien berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada fasyankes gigi mulut di Jawa Barat.
- H2: Inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada fasyankes gigi mulut di Jawa Barat.
- H3: Pengalaman digital pasien dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada fasyankes gigi mulut di Jawa Barat.

METODE RISET

Penelitian ini merupakan penelitian bersifat deskriptif dan eksploratif yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan regresi. Pada penelitian kuantitatif dengan statistik, ukuran sampel minimum adalah 50, dan rekomendasi sekitar 10 subjek per variabel umumnya direkomendasikan (Hair

et al., 2014). Pada penelitian ini melibatkan 100 orang pasien yang menerima layanan pada fasyankes gigi mulut di Jawa Barat. Penelitian ini fokus meneliti di fasyankes gigi dan mulut karena kesenjangan rasio jumlah tenaga kesehatan, jauh lebih besar dibanding dengan layanan kesehatan umum. Di sisi lain, salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki jumlah penduduk terbesar adalah provinsi Jawa Barat, selain itu Jawa Barat juga memiliki tingkat ketidakpuasan pasien tertinggi di Indonesia (Kemenkes RI, 2018).

Data dikumpulkan dengan survei menggunakan kuesioner. Pertanyaan pada kuesioner menggambarkan indikator untuk meneliti dimensi-dimensi variabel yang digunakan pada penelitian ini. Tanggapan terhadap kuesioner menggunakan skala *Likert* enam poin. Skala enam poin digunakan karena memungkinkan dapat meningkatkan presisi pengukuran (Nemoto dan Beglar, 2014). Selanjutnya, hasil survei dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, serta analisis korelasi, regresi, dan analisis jalur.

Tabel 1. Variabel, dimensi, dan indikator penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Kepuasan pasien	Kepuasan	Tingkat kepuasan pasien terhadap layanan
	Keinginan merekomendasi	Keinginan pasien untuk merekomendasikan layanan
	Keinginan berkunjung kembali	Keinginan pasien untuk berkunjung kembali
Inovasi	Inovasi pemasaran	Tingkat pembaharuan teknik promosi
	Inovasi proses	Peningkatan kualitas keluaran dari proses produksi
	Inovasi produk	Kemampuan mengembangkan produk untuk meningkatkan kepuasan pasien
	Inovasi organisasi	Pengaturan organisasi untuk mendukung tim
Pengalaman digital pasien	Pengalaman layanan digital	Pengalaman layanan digital bagi pasien
	Gambaran pengalaman digital	Gambaran digital pengalaman yang akan diterima
	Pengalaman titik sentuh digital	Ketersediaan kontak digital bagi pasien

Sumber: Hasil olah data peneliti (2021)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sebagian besar pasien responden adalah perempuan (75%) antara usia 17 dan 35 tahun (68%). Hal ini menunjukkan bahwa wanita lebih peduli dengan kesehatan gigi dan mulut. Selain untuk menjaga kesehatan, kunjungan ke fasilitas gigi juga bertujuan untuk memperbaiki penampilan. Sebagian besar pasien yang dikunjungi adalah dewasa muda dengan tingkat pendidikan tinggi (64%). Dewasa muda lebih terbuka terhadap digitalisasi dan karenanya menerima lebih banyak informasi dan lebih sadar akan pentingnya kesehatan gigi dan mulut.

Responden yang dipilih akan melakukan pengisian kuesioner secara daring. Kuesioner yang disebarkan kepada responden telah melalui uji reliabilitas yang ditunjukkan dengan koefisien *Cronbach Alpha*. Nilai *alpha* untuk setiap variabel disajikan pada tabel 3. Konstruk dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.60 (Said, 2018). Pada penelitian ini, ketiga variabel memiliki nilai >0.60 sehingga semua konstruk dikatakan reliabel untuk digunakan. Sedangkan semua

pertanyaan terbukti valid karena nilai Pearson Correlation masing-masing pertanyaan lebih tinggi dari r-tabel (0.256).

Tabel 2. Pengukuran reliabilitas dan validitas

Variabel	Dimensi	Cronbach's Alpha (Reliabilitas)	Pearson Correlation (Validitas)
Kepuasan pasien	Kepuasan	0.949	0.746
	Keinginan merekomendasi	0.949	0.722
	Keinginan berkunjung kembali	0.952	0.686
	Inovasi pemasaran	0.949	0.868
Inovasi	Inovasi proses	0.946	0.923
	Inovasi produk	0.945	0.938
	Inovasi organisasi	0.947	0.883
Pengalaman digital pasien	Pengalaman layanan digital	0.948	0.776
	Pengalaman gambaran digital	0.948	0.771
	Pengalaman titik sentuh digital	0.949	0.759

Sumber: Hasil olah data peneliti (2021)

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi dengan perangkat lunak IBM SPSS versi 25.0. Analisis jalur bertujuan untuk menganalisis hubungan antara inovasi dan pengalaman digital pasien dengan kepuasan pasien. Analisis pada penelitian ini digunakan untuk mengukur pengaruh antara pengalaman digital pasien dan kepuasan pasien serta pengaruh inovasi dan kepuasan pasien. Hasil perhitungan regresi dan hubungan langsung antar variabel dapat dilihat pada tabel 3.

Table 4. Koefisien Jalur

Pengaruh variabel	Koefisien Korelasi	t-hitung	F-hitung
Pengalaman digital pasien → Kepuasan pasien	0.227 **	2.045	
Inovasi → Kepuasan pasien	0.604 **	5.437	
Pengalaman digital pasien & Inovasi → Kepuasan pasien			89.102

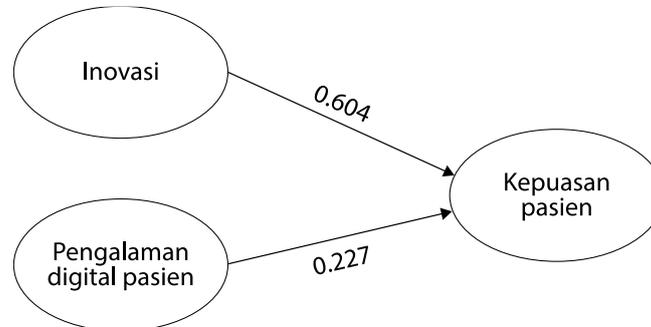
Catatan: **sig < 0.01; t-tabel: 2.627; F-tabel: 4.83

Sumber: Hasil olah data peneliti (2021)

Berdasarkan hasil regresi dapat diketahui bahwa H1 ditolak, H2 diterima, serta H3 diterima. H1 ditolak karena berdasarkan pengukuran pengalaman digital pasien terhadap kepuasan pasien, diperoleh t-hitung dengan nilai 2.045 dan t-tabel 2.627, sehingga t-hitung < t-tabel. H2 diterima karena berdasarkan pengukuran inovasi terhadap kepuasan pasien, diperoleh t-hitung sebesar 5.437 dan t-tabel 2.627, sehingga diperoleh t-hitung > t-tabel. H3 diterima karena berdasarkan pengukuran pengalaman digital pasien dan inovasi terhadap kepuasan pasien, diperoleh F-hitung sebesar 89.102 dan F-tabel 4.83, sehingga F-hitung > F-tabel.

Berdasarkan perhitungan semua kontruk menunjukkan hubungan positif yang signifikan. Pengalaman digital pasien memiliki hubungan positif signifikan (0.227) yang lemah terhadap kepuasan pasien dan inovasi memiliki hubungan positif signifikan (0.604) yang sedang terhadap kepuasan pasien. Sedangkan pengaruh pengalaman digital pasien dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan pengaruh total sebesar $r^2 = 0.648$. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu

dijelaskan oleh pengalaman digital pasien dan inovasi dengan nilai sebesar 64.8%, sedangkan sebesar 35.2% tidak dapat dijelaskan oleh pengalaman digital pasien dan inovasi tetapi dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Rangkuman hasil penelitian dapat dilihat pada Gambar.1.



Gambar 1. Hasil Penelitian

Sumber: Hasil olah data peneliti (2021)

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi dan pengalaman digital pasien memiliki peran penting untuk mendorong terciptanya kepuasan pasien. Hasil ini memperkuat hasil penelitian Chen et al., (2021), yang menyatakan bahwa pengalaman pelanggan yang berkaitan dengan teknologi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Yusuf (2012), yang menyatakan bahwa inovasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan berperan besar untuk mendorong terciptanya kepuasan pelanggan. Inovasi yang dilakukan dapat berupa inovasi layanan yang juga dapat berguna untuk meningkatkan kepuasan pasien (Snide dan Nylon, 2013).

Penelitian ini berbeda dengan temuan sebelumnya. Menurut Wang et al., (2018) dan Chen et al., (2021) terdapat hubungan positif antara pengalaman pelanggan dengan kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk. Pada penelitian ini pengalaman digital pasien tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Hal tersebut terjadi karena pada pelayanan kesehatan gigi dan mulut dibutuhkan kehadiran tenaga kesehatan melalui tatap muka langsung untuk melakukan pelayanan. Pelayanan kesehatan seperti, pencabutan gigi, pemasangan gigi palsu, penambalan gigi, serta berbagai layanan gigi dan mulut mengharuskan pasien untuk berinteraksi langsung, sehingga akan sulit untuk memberikan layanan melalui fasilitas digital.

Hasil penelitian menjadi pelengkap penelitian terdahulu. Pada penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2012), Snide dan Nylon (2013), serta Mahmoud et al., (2018), yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, penelitian tersebut tidak mengkaji pengaruh pengalaman pasien. Penelitian lain yang dilakukan oleh penelitian Chen et al., (2021) dan Wang et al., (2018), tidak mengkaji pengaruh pengalaman digital pasien. Sedangkan pada penelitian ini mengkajian pengaruh pengalaman digital pasien dan inovasi, sehingga menjadi pelengkap hasil penelitian terdahulu.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diperoleh beberapa implikasi. Studi ini dapat digunakan sebagai referensi untuk menggali dampak pengalaman digital pasien dan inovasi terhadap kepuasan pasien fasyankes gigi dan mulut di Jawa Barat. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh fasyankes gigi dan mulut, di Jawa Barat dan di Indonesia pada umumnya, untuk mencapai kepuasan pasien dan dapat bertahan dalam persaingan di industri kesehatan saat ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, kombinasi antara pengalaman digital pasien dan inovasi yang diterapkan secara bersamaan oleh fasyankes berperan penting dalam mencapai kepuasan pasien. Penelitian ini dapat membantu pimpinan fasyankes untuk meningkatkan kepuasan pasien dengan memanfaatkan inovasi yang berfokus pada kebaruan dalam layanan, pemasaran, organisasi, dan proses di berbagai bidang serta memberikan pengalaman yang baik kepada pasien dengan memanfaatkan teknologi digital.

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa kepuasan pasien dapat dipengaruhi inovasi. Fasyankes gigi dan mulut perlu melakukan berbagai inovasi, tidak hanya sebatas inovasi produk. Inovasi yang dilakukan oleh fasyankes merupakan perubahan di berbagai hal seperti pemasaran, organisasi, proses, dan produk. Inovasi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dan sarana digital lainnya dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Inovasi produk juga perlu dihadirkan dengan melakukan digitalisasi layanan, seperti menyediakan fasilitas dapat menawarkan akses layanan kesehatan yang lebih mudah dan cepat kepada masyarakat luas. Selain itu, inovasi proses dan organisasi juga penting dilakukan untuk optimalisasi sumber daya yang dimiliki oleh fasyankes untuk menghadapi persaingan. Penerapan inovasi dan pengalaman digital secara bersamaan berpengaruh terhadap tercapainya kepuasan pasien.

Penelitian ini mengungkap bahwa pengalaman digital pasien yang diterapkan secara terpisah dari inovasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Pengalaman digital yang diberikan oleh fasyankes dapat memberi kemudahan tetapi bukan menjadi parameter utama bagi pasien dalam memandang suatu fasyankes. Pasien merasa lebih puas ketika fasyankes gigi mulut menawarkan inovasi nyata dalam bentuk promosi yang menarik, perbaikan proses dan layanan yang dilakukan terus-menerus oleh fasyankes, serta ditangani oleh tenaga medis yang terampil dan dapat bekerjasama antara satu dengan lain saat melakukan tindakan medis. Hal tersebut lebih mendorong terciptanya kepuasan pasien ketimbang hanya menawarkan pengalaman dan berbagai kemudahan layanan melalui media digital. Pasien lebih membutuhkan layanan inovatif yang langsung bersetuhan dan diberikan oleh fasyankes daripada hanya mendapat layanan melalui media digital. Perawatan yang berhubungan dengan kesehatan gigi dan mulut, membutuhkan penanganan langsung melalui sentuhan tenaga kesehatan. Sehingga pasien merasa kurang puas juga hanya mendapat penanganan melalui jalur digital.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien di fasyankes gigi dan mulut dapat dicapai dengan melakukan berbagai inovasi serta menciptakan pengalaman digital pasien yang sesuai kebutuhan pasien. Inovasi yang diciptakan harus dikombinasikan dengan memperhatikan layanan

digital, memberikan gambaran layanan digital yang sesuai kebutuhan pasien, serta menyediakan titik sentuh digital yang memudahkan pasien untuk berinteraksi atau mengakses layanan kesehatan. Fasyankes perlu menyediakan kemudahan akses dan komunikasi bagi pasien melalui inovasi yang berbasis digital. Di era keterbukaan informasi seperti saat ini, pasien membutuhkan banyak informasi baik sebelum maupun setelah mendapat layanan. Informasi perlu disediakan oleh fasyankes dengan memanfaatkan digitalisasi untuk mempercepat dan mempermudah pasien mendapat informasi.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk menguji pengaruh pengalaman digital pasien dan inovasi terhadap kepuasan pasien pada fasyankes gigi mulut di Jawa Barat. Di Indonesia, khususnya Jawa Barat, belum penelitian yang melibatkan ketiga variabel tersebut secara simultan terkait dengan fasilitas pelayanan kesehatan khusus gigi dan mulut. Oleh karena itu, penelitian ini tentunya akan memberikan wawasan teoritis baru mengenai kombinasi pengalaman digital pasien dan inovasi di Jawa Barat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Diskusi ilmiah sebelumnya berpendapat bahwa inovasi dan pengalaman digital pasien yang diterapkan secara bersamaan dapat menciptakan kepuasan pasien. Sementara itu, penelitian ini menawarkan perspektif lain dan memberi bukti bahwa inovasi dapat mendorong terciptanya kepuasan pasien, sedangkan pengalaman digital pasien tidak dapat mendorong terciptanya kepuasan pasien. Pada penelitian ini terbukti bahwa, secara terpisah inovasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan pengalaman digital pasien tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Inovasi memiliki pengaruh yang lebih besar dibanding dengan pengalaman digital pasien, hal tersebut terjadi karena pasien membutuhkan berbagai perubahan pada layanan, tidak hanya berkaitan dengan pengalaman saja tetapi juga perubahan yang berhubungan dengan produk, layanan, pemasaran, organisasi, dan proses.

Keterbatasan

Terdapat beberapa keterbatasan pada penelitian ini. Pertama, penelitian ini mengkaji fasilitas pelayanan kesehatan yang berada di Jawa Barat, sehingga dapat terjadi perbedaan interpretasi hasil penelitian untuk perusahaan yang berada di luar Jawa Barat, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Kedua, penelitian ini tidak menggambarkan hubungan antara indikator dan dimensi secara mendalam. Ketiga, penelitian melibatkan fasilitas pelayanan kesehatan khusus gigi dan mulut, sehingga dapat terjadi perbedaan hasil untuk fasilitas pelayanan kesehatan selain gigi dan mulut.

Banyak aspek yang memengaruhi terciptanya kepuasan pasien yang mendorong keberlangsungan suatu institusi kesehatan, salah satunya adalah kualitas layanan kesehatan. Menurut Shabbir et al., (2016) terdapat hubungan positif antara kualitas layanan kesehatan dan kepuasan pasien.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji kualitas layanan kesehatan sebagai penunjang untuk menciptakan kepuasan pasien.

Saran

Oleh karena itu sangat disarankan bagi fasyankes gigi dan mulut untuk memberikan layanan kesehatan berkualitas yang didukung oleh inovasi dan pengalaman digital pasien. Penelitian lebih lanjut tentang kualitas layanan kesehatan perlu dilakukan sebagai pelengkap pengalaman digital pasien dan inovasi yang dapat mendorong kepuasan pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Addae, E., Inkumsah, W. A., & Amponsah, R. Y. (2021). Customer Experience, Social Regard and Marketing Outcome (Satisfaction and Loyalty): Sub Saharan Oil Marketing Companies Perspective. *Academy of Marketing Studies Journal*, 25(1), pp. 1-22. <https://www.abacademies.org/journals/month-january-year-2021-vol-25-issue-1-journal-amsj-past-issue.html>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Berita Resmi Statistik* 5 November 2020. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Betzing, J., Beverungen, D., & Becker, J. (2017). Interactive Digital Customer Experience in High Street Retailing. *HMD Prax. der Wirtschaftsinformatik*, 54, 659–671 (2017). <https://doi.org/10.1365/s40702-017-0343-0>
- Bowen, J., & McCain, S. (2015). Transitioning Loyalty Programs: A Commentary on “The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 27 No. 3, pp. 415-430. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2014-0368>
- Catlin, T., Scanlan, J., & Wilmott, P. (2015). *Raising Your Digital Quotient*. Article of McKinsey & Company. Diakses melalui <http://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/raising-your-digital-quotient>. Pada tanggal 10 Oktober 2021.
- CB Insight. (2021). *The Top 12 Reasons Startups Fail*. Diakses melalui: <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>. Pada tanggal 10 Oktober 2021.
- Chauhan, S., Akhtar, A., & Gupta, A. (2022). Customer Experience in Digital Banking: A Review and Future Research Directions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 14 No. 2, pp. 311-348. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-02-2021-0027>
- Chen, S. C. (2012). The Customer Satisfaction Loyalty Relation in an Interactive E-Service Setting: The Mediators. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(2), pp. 202-210. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2012.01.001>
- Chen, J. S., Tran-Thien-Y, L., & Florence, D. (2021). Usability and Responsiveness of Artificial Intelligence Chatbot on Online Customer Experience in E-Retailing. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 49 No. 11, pp. 1512-1531. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2020-0312>
- Costello, T., & Prohaska, B. (2013). Innovation. *IT professional*, 15(3), pp. 62-64 <https://doi.org/10.1109/MITP.2013.42>
- Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N., & Fernández-Escobedo, R. (2019). Effects of Entrepreneurial Orientation on Business Performance: The Mediating Role of Customer Satisfaction—A Formative–Reflective Model Analysis. *SAGE Open*, 9(2). April 2019. <https://doi.org/10.1177/2158244019859088>

- Danarahmanto, P. A., Primiana, I., Azis, Y., & Kaltum, U. (2020). The Sustainable Performance of the Digital Start-Up Company Based on Customer Participation, Innovation, and Business Model. *Business: Theory and Practice*, 21(1), pp. 115-124. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.11053>
- De Keyser, A., Lemon, K. N., Klaus, P., & Keiningham, T. L. (2015). A framework for understanding and managing the customer experience. *Marketing Science Institute working paper series*, 85(1), 15-121. <http://www.msi.org/reports/a-framework-for-understanding-and-managing-the-customer-experience/>
- Forbes. (2021). *Healthcare Report Card: Companies That Failed To Meet Expectations In 2020*. Diakses melalui: <https://www.forbes.com/sites/robertpearl/2021/01/04/healthcare-report-card-companies-that-failed-to-meet-expectations-in-2020/?sh=1822bac96163>. Pada tanggal 10 Oktober 2021.
- Fri, W., Pehrsson, T. & Sjøilen, K. (2013). How Phases of Cluster Development are Associated with Innovation - the Case of China. *International Journal of Innovation Science*, Vol. 5 No. 1, pp. 31-44. <https://doi.org/10.1260/1757-2223.5.1.31>
- Gurtner, S., & Soyezy, K. (2015). *Challenges and Opportunities in Health Care Management*. New York: Springer.
- Hair, Joseph, F., Anderson, Rolph, E., Black, W, C. (2014). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Harlow: Pearson.
- Huebner, F., & Fichtel, C., & Anim, C. (2015). Innovation and Behavioural Flexibility in Wild Redfronted Lemurs. *Animal Cognition*, 18(3), pp. 777-787. <https://doi.org/10.1007/s10071-015-0844-6>
- Kavitha, S., & Haritha, P. (2018). A Study on Customer Experience and Its Relationship with Repurchase Intention Among Telecom Subscribers in Coimbatore District. *International Journal of Management Studies*, 5(3), pp. 83-91. [https://doi.org/10.18843/ijms/v5i3\(3\)/11](https://doi.org/10.18843/ijms/v5i3(3)/11)
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2018). *Laporan Nasional Riset Kesehatan Dasar Indonesia 2018*. Jakarta: Kementerian Republik Kesehatan.
- Kotler, P., Keller, Lane. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Essex: Pearson.
- Kruse, C. S., Krowski, N., Rodriguez, B., Tran, L., Vela, J., & Brooks, M. (2017). Telehealth and Patient Satisfaction: A Systematic Review and Narrative Analysis. *BMJ open*, 7(8). <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2017-016242>
- Kumar, V., Pozza, I.D., & Ganesh, J. (2013). Revisiting the Satisfaction–Loyalty Relationship: Empirical Generalizations and Directions for Future Research. *Journal of Retailing*, 89, 246-262. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2013.02.001>
- Leenders, R., & Dolfsma, W. (2016). Social Network for Innovations and New Product Development. *The Journal of Product Innovation Management*, 33(2), pp. 123-131. <https://doi.org/10.1111/jpim.12292>

- Mahendradhata Y, Trisnantoro L, Listyadewi S, Soewondo P, Marthias T. et al. (2017). The Republic of Indonesia Health System Review, Health Systems in Transition, Vol-7 No.1. WHO Regional Office for South-East Asia. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/254716>
- Mahmoud, M. A., Hinson, R. E., & Anim, P. A. (2018). Service Innovation and Customer Satisfaction: the Role of Customer Value Creation. *European Journal of Innovation Management*, Vol. 21 No. 3, pp. 402-422. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2017-0117>.
- Nair, R., Ishaque, S., Spencer, A. J., Luzzi, L., & Do, L. G. (2018). Critical Review of the Validity of Patient Satisfaction Questionnaires Pertaining to Oral Health Care. *Community Dentistry and Oral Epidemiology*, 46(4), pp. 369-375. <https://doi.org/10.1111/cdoe.12377>
- Nemoto, T., & Beglar, D. (2014). Likert-Scale Questionnaires. In *JALT 2013 conference proceedings*, pp. 1-8. Tokyo: Jalt. <https://jalt-publications.org/proceedings/articles/3972-selected-paper-developing-likert-scale-questionnaires>
- Otto, A. S., Szymanski, D. M., & Varadarajan, R. (2020). Customer Satisfaction and Firm Performance: Insights from Over a Quarter Century of Empirical Research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), pp. 543-564. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00657-7>
- Said, T. (2018). Statistical Analysis: Internal-Consistency Reliability And Construct Validity. *European Centre for Research Training and Development UK*, 6(1), pp. 27-38. <https://www.eajournals.org/wp-content/uploads/Statistical-Analysis-Internal-Consistency-Reliability-and-Construct-Validity-1.pdf>
- Sardana, G. (2016) Innovation and Growth. *South Asian Journal of Business and Management Cases*, 5(1). <https://doi.org/10.1177/2277977916634255>
- Schmitt, B.H. (2013). *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers*. New York: Wiley.
- Silalahi, S., & Rufaidah, P. (2018). Measuring Digital Customer Experience. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 26(T), 199–212. [http://www.pertanika.upm.edu.my/resources/files/Pertanika%20PAPERS/JSSH%20Vol.%2026%20\(T\)%20Mar.%202018/19%20JSSH\(T\)-0677-2018-6thProof.pdf](http://www.pertanika.upm.edu.my/resources/files/Pertanika%20PAPERS/JSSH%20Vol.%2026%20(T)%20Mar.%202018/19%20JSSH(T)-0677-2018-6thProof.pdf)
- Snide, J., & Nailon, R. (2013). Nursing Staff Innovations Result in Improved Patient Satisfaction. *AJN The American Journal of Nursing*, 113 (10), pp. 42-50. <https://doi.org/10.1097/01.naj.0000435349.68781.77>
- Statista. (2020). *Percentage of Respondents Worldwide Who Were Satisfied with Their Country's National Health System as of 2019, By Country*. Diakses melalui: <https://www.statista.com/statistics/1109036/satisfaction-health-system-worldwide-by-country/>. Pada tanggal 30 Mei 2021.
- U.S Breau of Labor. (2016). *Entrepreneurship and the U.S. Economy*. Diakses melalui: <https://www.bls.gov/bdm/entrepreneurship/entrepreneurship.htm> . Pada tanggal 30 Mei 2021.

Yusuf, E. (2012). Analysis of Market-Based Approach on the Customer Value and Customer Satisfaction and Its Implication on Customer Loyalty of Organic Products in Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, pp. 86-93. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.165>

Zanchettin, P., & Denicolo, V. (2016). Speculative Profits, Innovation and Growth. *Economic Inquiry*, Vol. 55, Issue 1, pp. 160-174, 2017. <https://doi.org/10.1111/ecin.12375>