

## ***ANALYSIS OF QUALITY OF CHILDHOOD VACCINATION SERVICES BY PARENTS IN PEKANBARU***

### ***ANALISIS KUALITAS PELAYANAN VAKSINISASI ANAK OLEH ORANG TUA DI PEKANBARU***

**Muhammad Firdaus <sup>1)</sup>, Widya Wahyu Defri <sup>2)</sup>**

<sup>12)</sup> Universitas Awal Bros

e-mail : dauz.messi@gmail.com

#### **ABSTRACT**

*Service quality is a form of consumer assessment of the level of service received with the level of service expected. If the service received or felt is as expected, then the quality of service is perceived as good and satisfactory by the patient. The main goal of vaccines is the establishment of herd immunity. Children and adolescents are also a group that is vulnerable to Covid-19. The presence of the delta variant of the Covid-19 mutation causes the level of risk of Covid-19 transmission to increase. The purpose of this study was to evaluate the quality of service in the implementation of COVID-19 vaccination for children in Pekanbaru. The research method used is a quantitative approach to the canoe model method. Data collection techniques by distributing questionnaires, and interviews. The results of this study analyzed the quality of COVID-19 vaccination services for children in Pekanbaru based on the dimensions of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. Then identify what attributes must be maintained and improved service quality. Mostly there are obstacles in the process of vaccination services, namely the lack of speed and accuracy of vaccine services by officers, therefore the result is that there is a long queue of crowds and makes the room temperature uncomfortable.*

**Keywords :** KANO, Child vaccination, Service

#### **ABSTRAK**

Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan oleh pasien. Tujuan utama vaksin adalah pembentukan herd immunity. Anak-anak maupun remaja juga termasuk kelompok yang rentan terkena Covid-19. Adanya mutasi Covid-19 varian delta menyebabkan tingkat risiko penularan Covid-19 meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dalam pelaksanaan vaksinasi Covid-19 pada anak di Pekanbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif metode model kano. Teknik pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner, dan wawancara. Hasil penelitian ini menganalisis kualitas pelayanan vaksinasi COVID-19 pada anak di Pekanbaru berdasarkan dimensi-dimensi Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty. Kemudian mengidentifikasi atribut apa saja yang harus dipertahankan dan ditingkatkan kualitas pelayanannya. Sebagian besar Terdapat kendala dalam proses pelayanan vaksinasi yaitu kurangnya kecepatan dan ketepatan pelayanan vaksin oleh petugas maka dari itu akibat yang terjadi kerumunan antrian yang panjang dan membuat suhu ruangan yang tidak nyaman.

**Kata Kunci :** KANO, Vaksinisasi anak, Pelayanan

## PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia (Kotler, 2019). Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen (Goesth, 2019). Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya (Tantri, 2019).

Vaksin adalah sejenis produk biologis yang mengandung unsur antigen berupa virus atau mikroorganisme yang sudah mati atau sudah dilemahkan dan juga berupa toksin mikroorganisme yang telah diolah menjadi toksid atau protein rekombinan, yang sudah ditambahkan dengan zat lainnya. Vaksin berguna untuk membentuk kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit tertentu. Vaksin merupakan produk yang rentan, masing-masing mempunyai karakteristik tertentu maka diperlukan pengelolaan secara khusus sampai di gunakan (Andhini, 2010).

Penggunaan vaksin bertujuan untuk mengurangi dampak buruk dari infeksi virus yang terjadi. Hal ini dapat terjadi karena sistem tubuh sudah mengenali virus terlebih dahulu sehingga respons tubuh terhadap infeksi virus akan lebih cepat. Perbedaan mendasar pembentukan antibodi dengan vaksinasi dan infeksi virus

secara alami yaitu pada pengawasan dan kontrol yang ketat dalam pemberian vaksinasi.

Tujuan utama vaksin adalah pembentukan herd immunity. Anak-anak maupun remaja juga termasuk kelompok yang rentan terkena Covid-19. Adanya mutasi Covid-19 varian delta menyebabkan tingkat risiko penularan Covid-19 meningkat. Vaksinasi COVID-19 untuk anak-anak tidak hanya melindungi anak dari infeksi virus Covid-19, melainkan juga penting untuk mencegah anak-anak menularkannya kepada orang dewasa yang rentan. Dengan begitu, rantai penularan virus Corona bisa diputus.

Pelaksanaan vaksinasi anak usia 6-11 tahun berdasarkan rekomendasi dari Komite Penasihat Ahli Imunisasi Nasional (Indonesian Technical Advisory Group on Immunization/ITAGI) melalui surat nomor 166/ITAGI/Adm/XII/2021 tanggal 9 Desember 2021 perihal kajian vaksinasi COVID-19 pada anak usia 6-11 tahun, vaksinasi COVID-19 dapat diberikan kepada anak usia 6 (enam) sampai dengan 11 (sebelas) tahun. Menteri Kesehatan juga telah mengeluarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (KMK) Nomor HK.01 07./MENKES/6688/2021 tentang Pelaksanaan Vaksinasi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) Bagi Anak Usia 6 (Enam) Sampai Dengan 11 (Sebelas) Tahun, yang ditandatangani oleh Menteri Kesehatan Budi Gunadi Sadikin pada 13 Desember 2021. Orang tua memiliki peran penting dalam menyukseskan vaksinasi bagi anak usia 6-11 tahun.

Partisipasi aktif orang tua siswa untuk mengajak anak-anak usia 6-11 tahun untuk vaksinasi COVID-19 bisa membantu mempercepat cakupan vaksinasi. pelaksanaan vaksinasi anak usia 6-11 tahun ini dan bisa mendukung kegiatan pembelajaran tatap muka secara langsung bisa berjalan dengan aman dan terlindungi di seluruh daerah di Indonesia.

Namun tidak semua orang tua yang bertanggung positif dan setuju apabila anaknya di vaksin, karena mereka khawatir efek samping dari vaksin tersebut meskipun dibidang aman dan manjur. Sementara itu, pada kurun waktu yang sama, tingkat penolakan vaksin meningkat, dan makin banyak orang tua yang meminta modifikasi jadwal vaksin, yang berbeda dari yang direkomendasikan oleh American Academy of Pediatrics. Mayoritas orang tua memvaksinasi anak-anak mereka sesuai jadwal. Hanya sebagian kecil yang menolak semua vaksinasi untuk anak-anak mereka. Ada pula yang ingin anak-anak mereka menerima vaksin tapi tidak semuanya, atau menginginkan jadwal vaksin yang berbeda.

Sebuah studi tahun 2011 menunjukkan, hal tersebut banyak dipengaruhi oleh ketakutan mengenai efek samping vaksin. Beberapa orang tua khawatir soal “komposisi kimia” vaksin atau soal pemberian vaksin sekaligus dalam satu waktu. Berkaitan dengan latar belakang diatas mendorong untuk dilakukan suatu penelitian tentang Kualitas Pelayanan Vaksinisasi Anak Oleh Orang Tua di Pekanbaru. Penelitian ini mengkaji kualitas pelayanan berdasarkan dimensi-dimensi (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan dalam pelaksanaan vaksinasi anak di Pekanbaru. Manfaat penelitian ini adalah dapat menjadi rujukan bagi stakeholder dalam mewujudkan pelaksanaan pelayanan vaksinasi anak yang lebih berkualitas.

## METODE

Penelitian ini menggunakan Pendekatan Kuantitatif dengan menggunakan metode Kano. Metode Kano dikembangkan oleh Noriaki Kano (Kano,1984). Yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut atribut dari produk maupun jasa berdasarakan seberapa baik produk/ jasa tersebut mampu

memuaskan kebutuhan pelanggan / konsumen. Penelitian ini berdasarkan dimensi-dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan (Tjiptono, 2017) :

### 1. Tangibles (Bukti Fisik)

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi Tangibles ini akan menimbulkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas pelayanan.

### 2. Reability (keandalan)

Reability adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji dan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah di janjikan secara tepat waktu .pentingnya dimensi ini adalah karna kepuasan konsumen akan menurun jika jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

### 3. Responsiveness (Daya tanggap)

Responsiveness adalah kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan sesuai dan merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

### 4. Assurance (Jaminan)

Assurance atau jaminan adalah pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan .dimensi ini sangat penting karna melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dankualitas konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung mengangani konsumen.

5. Emphaty (kepedulian)

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

**Atribut-Atribut dalam KANO Model**

Atribut yang dalam Kano Model terbagi atas lima kategori yaitu : *One-Dimensional (O)*, *Attractive (A)*, *Must-be (M)*, *Indiffirent (I)*, *Reverse (R)*, dan *Questionable (Q)* :

- a. *One - Dimensional*
- b. *Attractive (A)*
- c. *Mut-be (M)*
- d. *Indifferent*
- e. *Reverse (R)*
- f. *Questionable (Q)*

Penentuan kategori Kano untuk tiap atribut (kolom Grade) dengan menggunakan Blauth's Formula, yaitu (Walden, 1993):

- ✓ Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) > jumlah nilai (*indiferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh nilai paling maksimum dari (*one dimensional, attractive, must be*)
- ✓ Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) < jumlah nilai (*indiferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse , questionable*).
- ✓ Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) = jumlah nilai (*indiferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh yang paling maksimum diantara semua kategori kano yaitu (*one dimensional, attractive, must be* dan *indifferent, reverse , questionable*).

Selanjutnya analisa Kano moel perhitungan rata-rata satisfaction dan Dysastifaction dengan rumus sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan *Rumus Rata-Rata Satisfaction* : 
$$\frac{A+O}{(A+O+M+I)}$$

2. Tingkat Ketidakpuasan *Rumus Rata - Rata Dissatisfaction*: 
$$\frac{Q+M}{(A+O+M+I) \times (-1)}$$

Tanda minus yang disimpan di depan koefisien tingkat Ketidakpuasan / kekecewaan konsumen adalah untuk menegaskan pengaruh negatif dari kepuasan konsumen pada kualitas produk yang tidak dipenuhi.

Tabel 1. Evaluasi Kano Model

		Dysfunctional				
		1	2	3	4	5
Kebutuhan Konsumen		Suka	Mengharap	Netral	Toleransi	Tidak Suka
Functional	1. Suka	Q	A	A	A	O
	2. Mengharap	R	I	I	I	M
	3. Netral	R	I	I	I	M
	4. Toleransi	R	I	I	I	M
	5. Tidak Suka	R	R	R	R	Q

**Keterangan :**

- Q = Questionable (Diragukan)
- I = Indefferent (Netral)
- R = Reverse (Kemunduran)
- O = One dimensinal (Satu Ukuran)
- A = Attractive (Menarik)
- M = Must be (Keharusan)

Kano model menitikberatkan pada penurunan *featur* produk yang difokuskan pada kebutuhan pelanggan. Kano juga menghasilkan metodologi untuk memetakan respon pelanggan pada kuesioner. Atributatribut layanan dapat

dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. *Must be atau basic needs*, pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi.
2. *One dimensional atau performance needs*, tingkat kepuasan berhubungan linear dengan kinerja atribut, sehingga pada kinerja atribut yang tinggi akan mengakibatkan tingginya kepuasan pelanggan pula.
3. *Attractive atau excitement needs*, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan. Pengolahan data ini bertujuan agar data mentah yang diperoleh bisa dianalisa dan kemudian memudahkan dalam mengambil kesimpulan atau menjawab permasalahan yang sedang dialami sehingga dapat melakukan perbaikan kualitas.
4. *Indifferent*, Pelanggan tidak peduli dengan adanya atribut yang ditawarkan sehingga ada atau tidaknya atribut tersebut tidak akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan tingkat kepuasan pelanggan..

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengolahan data metode Kano (indikator dengan kategori Kano indifferent atau reverse harus di eliminasi atau ditinjau ulang kembali) dari setiap atribut pelayanan dan mengklasifikasikannya kedalam 12 kategori dengan tingkat prioritas masing- masing. Hasil dari integrasi ini dapat mengetahui atribut layanan apa saja yang harus dipenuhi dan perlu untuk ditingkatkan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat serta atribut yang harus dipertahankan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Hasil penilaian

responden untuk tiap tiap atribut pelayanan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Kategori Kano untuk Tiap Atribut Layanan

Atribut	Kategori Kano						Total
	Q	R	I	A	O	M	
1	4	2	4	20	24	21	75
2	1	1	17	23	14	19	75
3	4	2	15	15	13	26	75
4	3	2	20	17	15	18	75
5	2	1	24	14	18	16	75
6	3	2	18	16	13	23	75
7	3	3	19	18	9	23	75
8	2	4	16	18	11	24	75
9	3	2	20	23	6	21	75
10	2	3	20	18	10	22	75
11	4	3	24	15	9	20	75
12	3	7	22	10	13	20	75
13	8	3	16	12	17	19	75
14	3	3	18	14	11	26	75
15	2	2	15	16	13	27	75
16	6	1	18	16	12	22	75
17	6	1	18	10	16	24	75
18	1	4	11	12	18	29	75

Table 3. Penentuan Kategori Kano

Atribut- Atribut Pelayanan	Grade
1. kerapihan, kebersihan, dan penampilan petugas medis selalu dijaga	O
2. kelengkapan formulir vaksinasi dan alat tulis untuk pasien	A
3. kebersihan dan kerapihan ruangan vaksinasi terjaga	M
4. fasilitas toilet yang bersih untuk pasien vaksinasi	M
5. tempat duduk diruang tunggu yang mencukupi	O
6. petugas kesehatan yang selalu bersikap ramah dan sopan dalam melayani pasien	M
7. perhatian dan kesungguhan petugas kesehatan dalam melayani keluhan wali murid	M
8. Petugas kesehatan memberi pelayanan terhadap pasien tanpa pilih-pilih	M

9. Petugas kesehatan selalu memberikan salam kepada pasien yang datang	A
10. Ketepatan waktu buka dan tutup pelayanan vaksin	M
11. Kecepatan dan ketepatan pelayanan vaksin oleh petugas	M
12. Petugas kesehatan yang terampil dalam memberikan pelayanan	M
13. Kecepatan, ketepatan dan pelayanan yang ramah	M
14. Bagian pendaftaran melayani dengan cepat	M
15. Petugas kesehatan yang mendengarkan keluhan pasien dengan seksama	M
16. Petugas kesehatan yang memberikan kesempatan kepada pasien dan keluarga untuk bertanya	M
17. Pelayanan yg gratis dari dokter yang memberikan jaminan datang kembali jika ada keluhan setelah divaksin	M
18. Vaksin yang diberikan dijamin aman dan halal	M

atribut yang bersangkutan rendah atau tidak dapat memenuhi kebutuhan dasar, tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi atau memenuhi kebutuhan dasar. Faktor- faktor yang termasuk kedalam kategori ini adalah sebagai berikut:

- Kebersihan dan kerapian ruangan vaksinasi terjaga
- Fasilitas toilet yang bersih untuk pasien vaksinasi
- Petugas kesehatan yang selalu bersikap ramah dan sopan dalam melayani pasien
- Perhatian dan kesungguhan petugas kesehatan dalam melayani keluhan wali murid
- Petugas kesehatan memberi pelayanan terhadap pasien tanpa pilih-pilih
- Ketepatan waktu buka dan tutup pelayanan vaksin
- Kecepatan dan ketepatan pelayanan vaksin oleh petugas
- Petugas kesehatan yang terampil dalam memberikan pelayanan
- Kecepatan, ketepatan dan pelayanan yang ramah
- Bagian pendaftaran melayani dengan cepat
- Petugas kesehatan yang mendengarkan keluhan pasien dengan seksama
- Petugas kesehatan yang memberikan kesempatan kepada pasien dan keluarga untuk bertanya
- Pelayanan yg gratis dari dokter yang memberikan jaminan datang kembali jika ada keluhan setelah divaksin
- Vaksin yang diberikan dijamin aman dan halal

### Analisa Diagram Kano

Berdasarkan penilaian jawaban responden dengan Diagram Kano, maka diketahui interpretasinya sebagai berikut:

#### 1. One-dimensional (performance needs),

Berisi tingkat kepuasan pelanggan mengenai keinginan mereka. Kebutuhan ini memuaskan atau tidak memuaskan sebanding dengan proporsi kehadirannya atau ketidakhadiran dalam produk atau jasa. Performa yang tinggi dari produk atau jasa akan membawa kepuasan pelanggan. Faktor- faktor yang termasuk kedalam kategori ini adalah sebagai berikut:

- Kerapian, kebersihan, dan penampilan petugas medis selalu dijaga
- Tempat duduk diruang tunggu yang mencukupi

#### 2. Must-be attributes (basic needs)

Pada kategori keharusan (must-be) atau kebutuhan dari (basic needs), pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari

#### 3. Attractive (Excitement needs)

Ketidakhadiran atribut ini tidak menyebabkan ketidakpuasan karena mereka tidak diharapkan oleh pelanggan; oleh karena itu pelanggan tidak akan menyadari bila atribut ini tidak ada. Namun pencapaian atribut ini akan meningkatkan

kepuasan pelanggan seiring dengan kenaikan performa atribut. Faktor-faktor yang termasuk kedalam kategori ini adalah sebagai berikut:

- Kelengkapan formulir vaksinasi dan alat tulis untuk pasien
- Petugas kesehatan selalu memberikan salam kepada pasien yang datang

## KESIMPULAN

Dengan memperhatikan kepentingan atau harapan pelanggan terhadap kinerja pelayanan rumah sakit maka atribut pelayanan yang perlu untuk terus ditingkatkan adalah Faktor-faktor yang termasuk kedalam kategori Must-be attributes (basic needs). Berdasarkan hasil penelitian diatas diharapkan pihak pelayanan vaksinasi pada anak dapat meningkatkan kinerja atribut pelayanannya berdasarkan harapan dari pelanggan, dan penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menganalisis faktor-faktor penyebab rendahnya beberapa kinerja atribut pelayanan vaksinasi pada anak

## DAFTAR PUSTAKA

Hendrix, Kristin s.,2017 Ketika banyak orang tua meragukan vaksinasi, penyedia layanan kesehatan harus bilang apa?, website:<https://theconversation.com/ke-ti-ka-banyak-orang-tua-meragukan-vaksinasi-penyedia-layanan-kesehatan-harus-bilang-apa-87698>

Satria, 2021., Pentingnya Vaksinasi Covid-19 pada Anak, website:  
<https://ugm.ac.id/id/newsPdf/21499>  
- pentingnya-vaksinasi-covid-19-pada-anak

Widiastuti, Ni kadek, 2021.,  
Sukseskan Vaksinasi  
covid-19 Pada Anak. Website:

<https://diskes.baliprov.go.id/sukseskan-vaksinasi-covid-19-pada-anak/>

Didik, evaristus, 2018., Kano Model, website:  
<https://sis.binus.ac.id/2018/12/18/kano-model/>

Anggoro, Rahman B, 2008., Evaluasi Kualitas Pelayanan Pendidikan Dengan Menggunakan Model Kano

Ariani, Doronthea Wahyu, 2004, Pendekatan Kualitas Statistik, Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas, Andi Offset, Yogyakarta.

Barnes, James, G., 2003, Secrets of Customer Relationship Management, Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan, Andi Offset, Yogyakarta.

Kotler, Philip. 1994, Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Keenam, Erlangga, Jakarta.

Sauerwein.E.Bailon. F, Matzer. K, Hinterhuber. H.H, 1996. The Kano Model : How To Delight Your Customer's, International Working Seminar Production Economics, Innsbruck/Igls/Austria,pp.3 13-327.