



# Hubungan Service Quality Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Poli Paru Revisiting Polypulmonary Patients Manguharjo Madiun Tahun 2023

*Alifta Nur Fitriana*  
*Suhadi Prayitno*  
*Riska Ratnawati*

Stikes Bhakti Husada Mulia Madiun  
Stikes Bhakti Husada Mulia Madiun  
Stikes Bhakti Husada Mulia Madiun

Kualitas pelayanan penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan industri jasa yang sangat ketat. Kepuasan pasien adalah hasil perbandingan kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan harapan. Pelanggan setia cenderung enggan berpindah tempat, seseorang yang loyal akan setia terhadap produk tersebut meskipun terjadi kenaikan harga. Pelanggan setia adalah pelanggan yang tertarik untuk menggunakan kembali layanan di RSP Manguharjo Madiun. Metode Kuantitatif digunakan dalam penelitian dengan desain penelitian menggunakan Cross Sectional. Sampel penelitian ini 76 pasien poli paru RSP Manguharjo Madiun dan diolah menggunakan Uji Chi-Square. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan Service Quality berpengaruh sebesar 0.078 terhadap minat kunjungan ulang. Menandakan bahwa Service Quality RSP Manguharjo Madiun berpengaruh terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Poli Paru RSP Manguharjo Madiun. Pada penelitian ini rumah sakit harus terus memperhatikan kualitas pelayanan agar pasien merasa puas, Kepuasan pasien secara langsung akan mempengaruhi minat mereka untuk kembali melakukan kunjungan ulang. Secara tidak langsung pasien yang merasakan kepuasan akan menjadi promosi yang efektif melalui perantara mulut ke mulut yang pada akhirnya tidak hanya menjadi pemicu untuk meningkatkan persentase kunjungan ulang dari pasien lama saja, namun juga akan meningkatkan kunjungan dari pasien baru.

**Nama penulis koreponden/penanggung jawab:**

**No WhatsApp:**

**HIJP : HEALTH INFORMATION JURNAL PENELITIAN**

**Hubungan *Service Quality* Terhadap MinatKunjungan Ulang Pasien Poli Paru *Revisiting PolypulmonaryPatients* Manguharjo Madiun Tahun 2023**

**Alifta Nur Fitriana<sup>1</sup>, SuhadiPrayitno<sup>2</sup>, Riska Ratnawati<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Kesehatan Masyarakat, Stikes Bhakti Husada Mulia Madiun,Indonesia;[aliftafitriana28@gmail.com](mailto:aliftafitriana28@gmail.com)

<sup>2</sup>Kesehatan Masyarakat, Stikes Bhakti Husada Mulia Madiun,Indonesia;[suhadiprayitno87@gmail.com](mailto:suhadiprayitno87@gmail.com)

<sup>3</sup>Kesehatan Masyarakat, Stikes Bhakti Husada Mulia Madiun,Indonesia;[riskaratnawati78@gmail.com](mailto:riskaratnawati78@gmail.com)

## ABSTRAK

Kualitas pelayanan penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan industri jasa yang sangat ketat. Kepuasan pasien adalah hasil perbandingan kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan harapan. Pelanggan setia cenderung enggan berpindah tempat, seseorang yang loyal akan setia terhadap produk tersebut meskipun terjadi kenaikan harga. Pelanggan setia adalah pelanggan yang tertarik untuk menggunakan kembali layanan di RSP Manguharjo Madiun. Metode Kuantitatif digunakan dalam penelitian dengan desain penelitian menggunakan Cross Sectional. Sampel penelitian ini 76 pasien poli paru RSP Manguharjo Madiun dan diolah menggunakan Uji Chi-Square. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan Service Quality berpengaruh sebesar 0.078 terhadap minat kunjungan ulang. Menandakan bahwa Service Quality RSP Manguharjo Madiun berpengaruh terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Poli Paru RSP Manguharjo Madiun. Pada penelitian ini rumah sakit harus memperhatikan kualitas pelayanan agar pasien merasa puas, Kepuasan pasien secara langsung akan mempengaruhi minat mereka untuk kembali melakukan kunjungan ulang. Secara tidak langsung pasien yang merasakan kepuasan akan menjadi promosi yang efektif melalui perantara mulut kemulut yang pada akhirnya tidak hanya menjadi pemicu untuk meningkatkan persentase kunjungan ulang dari pasien lama saja, namun juga akan meningkatkan kunjungan dari pasien baru.

Kata kunci: Kepuasan, Minat Konsumen, *Service Quality*

## Abstract

Keywords: Kepuasan, Service Quality, Visit Interest

## PENDAHULUAN

RS ialah suatu organisasi sosial serta kesehatan yang memiliki fungsi menyediakan pelayanan komprehensif, penyembuhan penyakit (kuratif) serta pencegahan penyakit (preventif). RS juga memiliki arti sentra pelatihan bagi tenaga kesehatan serta sentra penelitian medik. Berdasarkan Undang-undang No. 44 Tahun 2009 tentang RS. RS adalah sebuah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat jalan, rawat inap, dan gawat darurat (General 2019). Menurut Penelitian Munijaya tahun 2014, RS merupakan organisasi yang sangat kompleks. RS merupakan salah satu tempat pelayanan kesehatan yang memiliki dua jenis pelayanan untuk masyarakat yaitu pelayanan administrasi serta pelayanan kesehatan. Pelayanan kesehatan tersebut mencakup pelayanan perawatan, pelayanan medik, penunjang medik, dan rehabilitasi medik. Semua pelayanan dilakukan melalui unit gawat darurat (UGD), unit rawat jalan dan unit rawat inap. RS memiliki sifat padat modal, padat karya, dan padat teknologi dalam menghadapi persaingan global (Kunik Afifah 2019). Sumaedi, Yarmen & Yuda Bakti tahun 2016 Kualitas jasa (service quality) sangat penting bagi perusahaan untuk bertahan dan memenangkan persaingan dalam industri jasa yang sangat ketat, begitu juga dalam industri RS. Salah satu peneliti yang menjadi pelopor dalam kualitas pelayanan adalah Parasuraman, Zeithaml, & Berry, tahun 1988 yang menjelaskan bahwa untuk mengevaluasi kualitas jasa (service quality) sebuah usaha jasa dapat menggunakan lima dimensi dari SERVQUAL yaitu reliability, responsiveness, empathy, assurance, dan tangibility. Kualitas pelayanan sangat menentukan kepuasan konsumen. Chang, Cheln, & Lan tahun 2013 menjelaskan bahwa pelayanan pada RS memerlukan interaksi yang tinggi antara pasien dengan penyedia jasa seperti dokter, suster dan paramedik. Interaksi ini apabila berlangsung dengan baik akan menyebabkan persepsi konsumen akan kualitas jasa RS tersebut baik dan akhirnya akan menghasilkan kepuasan pasien (Purbandari et al. 2018). Salah satu indikator kualitas pelayanan kesehatan yang harus diperhatikan oleh rumah sakit adalah kepuasan pasien. Kepuasan pasien merupakan tingkat dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk dan jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Kepuasan pasien akan tercapai bila diperoleh hal yang optimal bagi setiap pasien dan pelayanan kesehatan yang memperhatikan kemampuan pasien atau keluarga.

Adanya perhatian terhadap keluhan, kondisi lingkungan fisik, dan tanggap terhadap kebutuhan pasien (Satria 2018). Kepuasan adalah fungsi dari asumsi atau kesan atas harapan dan kinerja, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka mereka akan merasa puas dan senang. Pelanggan yang puas terhadap barang dan jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan akan dapat meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang dari pelanggan (Kunik Afifah 2019). Layanan kesehatan merupakan suatu layanan yang sangat penting dalam masyarakat. Karena pada dasarnya setiap orang membutuhkan tubuh yang sehat agar dapat menjalankan setiap kegiatan dan aktifitasnya dengan baik dan sempurna. Oleh sebab itu dibutuhkannya suatu layanan kesehatan yang baik dan profesional. Kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan dasar bagi dunia kesehatan dalam mencapai keberhasilan pemasaran produk/jasa mereka, karena pemasaran merupakan kegiatan yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dengan tujuan untuk tercapainya kepuasan pelanggan yang secara tidak langsung bisa menguatkan loyalitas pelanggan (Shinta Ayu 2016). Sebagaimana yang disebutkan Parasuraman dan Grewal (2000) (dikutip dalam Hamidiyah, 2013) bahwa minat pembelian kembali menunjukkan kemungkinan klien berulang kali membeli barang atau jasa di masa depan dan hal itu berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan. Sehingga dengan meningkatnya minat pembelian kembali dapat meningkatkan pendapatan berkelanjutan perusahaan dan meningkatkan efisiensi operasional dari waktu ke waktu (Satria 2018). Menurut Kotler, 2016 Loyalitas pelanggan adalah kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu produk, mempunyai komitmen terhadap produk tersebut dan bermaksud melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Selain itu biaya yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru juga jauh lebih besar dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang loyal pada perusahaan (Faisal & Prasetyo 2020). Loyalitas pelanggan sendiri tidak dapat dipisahkan dari kepuasan pelanggan. Kalangan praktisi maupun akademisi sepakat bahwa kepuasan dan loyalitas terkait secara erat dan tak terpisahkan. Tetapi pola hubungan antara keduanya bersifat asimetri mengingat konsumen yang loyal kebanyakan konsumen yang terpuaskan, tetapi tidak semua kepuasan konsumen bermakna loyalitas. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa setelah seseorang membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan/di ekspektasikan (Sugiarto et al. 2018). Loyalitas pelanggan ini muncul karena adanya pengaruh dari kepuasan yang dirasakan pelanggan. Namun, penelitian Hellier (2002) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan tidak memiliki hubungan yang signifikan. Loyalitas pelanggan sendiri tidak dapat dipisahkan dari kepuasan pelanggan. Kaangan praktisi maupun akademisi sepakat bahwa kepuasan dan loyalitas terkait secara erat dan tak terpisahkan. Tetapi pola hubungan antara keduanya bersifat asimetri mengingat konsumen yang loyal kebanyakan konsumen yang terpuaskan, tetapi tidak semua kepuasan konsumen bermakna loyalitas (Satria 2018). Loyalitas merupakan salah satu kunci sukses dalam memenangkan persaingan bisnis saat ini. Pelanggan yang loyal secara tidak langsung dapat membantu mempromosikan jasa kepada orang-orang terdekatnya. Pelanggan yang loyal cenderung enggan berpindah tempat, dengan kata lain seseorang yang loyal terhadap produk maka ia akan setia terhadap produk tersebut meskipun ada kenaikan harga sekalipun. Dalam bidang RS loyalitas yang ditunjukkan oleh pelanggan adalah dengan berkunjung kembali ke RS yang sama untuk berobat jika dirinya/keluarganya sakit. Dalam Profil Kesehatan Kota Madiun, terdapat 8 Rumah Sakit. Banyaknya rumah sakit yang dibangun baik oleh pihak swasta maupun pemerintah, menyebabkan kenyataan bahwa pasien memiliki kesempatan yang besar dalam memilih rumah sakit yang diinginkannya dalam melakukan perawatan sehingga akan menimbulkan persaingan yang semakin tinggi antar rumah sakit. Hal tersebut menuntut sebuah rumah sakit untuk selalu siap bersaing baik dengan rumah sakit negeri maupun rumah sakit swasta. Banyaknya pemain dalam industri rumah sakit tersebut, menuntut pihak manajemen rumah sakit harus lebih kreatif dalam mengembangkan dan meningkatkan mutu serta kualitas pelayanannya. (Kesehatan, Keluarga and Pengantar, 2018) Berdasarkan data awal yang telah dilakukan oleh peneliti didapatkan data Rawat Jalan di RSP Manguharjo Madiun pada tahun 2022 sebanyak 14.918 pasien, data tersebut berdasarkan data kunjungan Poli Paru, Poli Asma, Poli TB, Poli Rehab Medik, Poli Dalam, Poli Psikologi, Poli Anak, Poli Syaraf, Poli Jantung dan Poli Gigi. Namun, total kunjungan pasien pada

Poli Paru tahun 2022 sebanyak 3.805 pasien, dengan rata-rata kunjungan perbulan adalah 317 pasien. Pada data yang diperoleh terdapat kenaikan dan penurunan yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang pada unit poli paru. Kegiatan pelayanan kesehatan hanya berjalan sesuai dengan SOP yang diterapkan di rumah sakit. Bila hal tersebut dibiarkan terus-menerus tidak mempertimbangkan aspek kualitas pelayanan maupun melingkarkan citra rumah sakit bagi pasien. Dapat berakibat penurunan angka kunjungan hingga berefek pada berkurangnya pendapatan Rumah Sakit. Perkembangan pengelolaan rumah sakit, baik dari aspek manajemen maupun operasional sangat dipengaruhi oleh berbagai tuntutan baik lingkungan eksternal maupun internal Tuntutan eksternal antara lain adalah rumah sakit dituntut untuk memberikan pelayanan yang bermutu sebagai bentuk mempertahankan kualitas pelayanan dan biaya pelayanan yang terkendali yang berujung pada kepuasan pasien. Sedangkan tuntutan dari pihak internal antara lain adalah memberikan kesejahteraan untuk staf dan perkembangan teknologi untuk menunjang pelayanan rumah sakit itu sendiri. Dengan semakin kuatnya persaingan dalam menjangkau pangsa pasar, perusahaan dituntut untuk harus mampu mengetahui apa yang menyebabkan timbul minat dari konsumen pada produk tertentu, kemudian berusaha untuk dapat memenuhinya.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, dan desain penelitian ini mengadopsi pendekatan cross-sectional. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari pasien rawat jalan di RSP Mangunharjo Madiun, dengan total jumlah pasien rawat jalan pada tahun 2022 sebanyak 16.102 pasien. Namun, total pasien rawat jalan di poli paru-paru sebanyak 3.805 pasien. Jumlah populasi dalam penelitian ini dihitung berdasarkan nilai tengah jumlah pasien poli paru-paru tahun 2022, yaitu sebanyak 317 pasien. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling, yaitu purposive sampling, yang merupakan teknik pemilihan sampel di antara populasi sesuai dengan yang diinginkan oleh peneliti, sehingga sampel yang terpilih dapat mewakili karakteristik populasi (Kurniasari, 2019). Setelah menghitung jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dan diperoleh 76 responden.

## HASIL

	<i>Value</i>	<i>df</i>	<i>Asymptotic Sig. (2-sided)</i>	<i>Exact Sig. (2-sided)</i>	<i>Exact Sig. (1-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	11.490 <sup>a</sup>	1	.000		
<i>Continuity Correction</i>	2.401	1	.003		
<i>Likelihood Ratio</i>	4.111	1	.043		
<i>Fisher's Exact Test</i>				.078	.078
<i>Linear by Linear</i>	11.338	1	.001		
<i>N of Valid Cases</i>	76				

**Table 1.** Hasil Chi-Square Tests Service Quality Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Poli Paru Rumah Sakit Paru Mangunharjo Madiun

Berdasarkan hasil dari tabel 1 perhitungan chi square Service Quality terhadap minat kunjungan ulang hasilnya adalah sig 0.078 maka dapat disimpulkan jika hasilnya  $<0,05$  artinya di terima. Maka ada Pengaruh Service Quality Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Poli Paru Rumah Sakit Paru Mangunharjo Madiun.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di poli paru Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun Tahun 2023, tentang Service Quality yang meliputi aspek daya tanggap, Keandalan, Jaminan, Empati, Bukti Langsung menunjukkan bahwa Pasien Poli Paru Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun menyatakan Service Quality Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun adalah baik dengan menduduki proporsi tertinggi yaitu 65,8% dengan pertanyaan dokter memberi penjelasan secara rinci terhadap penyakit.

Dari hasil perhitungan chi square Service Quality terhadap minat kunjungan ulang hasilnya adalah sig 0.078 maka dapat disimpulkan jika hasilnya  $<0,05$  artinya di terima. Maka ada Pengaruh Service Quality Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Poli Paru Rumah Sakit Paru Mangharjo Madiun. Berdasarkan tabulasi silang tabel 5.39 tersebut dapat diketahui bahwa persepsi pasien tentang Service Quality dengan minat kunjungan ulang pasien Poli Paru Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun yang mengatakan Service Quality baik. Responden mengatakan Service Quality baik minat kunjungan ulang tidak, karena pasien tidak ingin sakit lagi. Sedangkan responden mengatakan Service Quality tidak baik minat kunjungan ulang ya, karena mayoritas pasien menderita penyakit TB dan mau atau tidak mau harus kembali ke Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun untuk proses penyembuhannya. Hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan pengawasan kinerja petugas dan memberikan pelatihan petugas agar dapat meningkatkan profesionalitas kerja. Service Quality yang baik akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang pada akhirnya pelanggan akan melakukan kunjungan ulang. Menurut peneliti, dari uraian variabel Service Quality dan kunjungan ulang, peneliti menyimpulkan bahwa Service Quality berpengaruh terhadap kunjungan ulang. Kepuasan pasien secara langsung akan mempengaruhi minat mereka untuk kembali melakukan kunjungan ulang atau loyalitas pelanggan. Secara tidak langsung pasien yang merasakan kepuasan akan menjadi promosi yang efektif melalui perantara mulut ke mulut yang pada akhirnya tidak hanya menjadi pemicu untuk meningkatkan persentase kunjungan ulang dari pasien lama saja, namun juga akan meningkatkan kunjungan dari pasien baru.

Terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggannya baik pelanggan yang sudah lama maupun pelanggan yang baru. Loyalitas yang dimaksud adalah loyalitas untuk berkunjung kembali ke rumah sakit yang sama. Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu hospital brand image, service quality dan customer satisfaction. Dari penelitian Darlina (2015) menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian Widyawati (2013) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Satria 2018).

Salah satu komponen penting untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen adalah dengan cara membangun kepercayaan yang baik (Sudirman, Efendi dan Sri, 2019). Kepercayaan timbul ditunjukkan oleh kualitas yang diperoleh dari pertama kali membeli atau merasakan jasa yang dimanfaatkan (Putri et al. 2020).

Meskipun demikian, Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun harus tetap memperkuat posisinya dibenak pasien dengan cara meningkatkan citra merek positif yang dimilikinya. Dengan maksud agar pasien juga semakin yakin menggunakan layanan kesehatan di rumah sakit tersebut. Dan juga agar minat pasien untuk melakukan kunjungan ulang saat membutuhkan layanan kesehatan kembali ikut meningkat. Beberapa hal yang dapat dilakukan diantaranya yaitu peningkatan kepuasan pasien, evaluasi sistem pemasaran yang dilakukan, peningkatan kualitas layanan kesehatan serta penguatan citra merek dibenak pasien. Sehingga diharapkan, hal-hal tersebut mampu meningkatkan minat pasien untuk melakukan kunjungan ulang yang pada akhirnya memberikan keuntungan untuk Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun harus mempertahankan dan lebih meningkatkan strategi

pemasaran yang lebih tepat guna untuk memenuhi sasaran dalam melaksanakan strategi pemasaran yang lebih baik lagi yaitu dengan cara memperkenalkan produk yang ada di rumah sakit bahwa tidak hanya poli paru saja namun terdapat juga poli umum karena mungkin masih banyak masyarakat yang masih kurang mengetahui macam poli yang ada di Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun, serta meningkatkan pelayanannya kepada pasien agar pasien merasa puas dan pelayanan yang diberikan dan agar pasien selalu menggunakan jasa pelayanan di Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun bila sakit.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Faisal, Oleh : & Prasetyo, Adi 2020 *The Effect Of Trust, Brand Image, And Satisfaction On Loyalty (The Study On Inpatient At Maternal And Child Hospital Of Melati Husada Malang)*

General, Reglmento 2019 'Pengertian Dan Klasifikasi Rs' *Thesis / May: 1-29*

Kesehatan, Dinas; Keluarga, Dan & Pengantar, Kata 2018 'Kota Madiun Tahun 2018'

Kunik Afifah 2019 'Hubungan Mutu Pelayanan Kesehatan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Di Puskesmas Cangkringan Sleman' : 1-65

Kurniasari, Linda Agustina 2019 'Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Mutu Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Paru Manguharjo Madiun Tahun 2019' *Skripsi. Fakultas Kesehatan Masyarakat. Stikes Bhakti Husada Mulia Madiun*

Purbandari, Eny; Sugandini, Dyah & Sutiono, Heru Tri 2018 'Word Of Mouth Sebagai Konsekuensi Kepuasan Pelanggan' *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 11/1:111-124

Putri, Debi Eka et al. 2020 'Minat Kunjungan Ulang Pasien yang Ditinjau dari Aspek Persepsi dan Kepercayaan pada Klinik Vita Medistra Pematangsiantar' *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8/1:41

Satria, Cahyamas Arif 2018 *Analisis Pengaruh Brand Image, Service Quality, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Rumah Sakit*

Shinta Ayu, Respasti 2016 *Hubungan Mutu Pelayanan Kesehatan Dengan Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Puskesmas Halmahera Kota Semarang*

Sugiarto, Retno; Jak, Yanuar & Wulandari, Sonya Dewi 2018 *Pengaruh Brand Image, Service Quality Dan Trust Terhadap Loyalitas Pasien Di Rumah Sakit Umum Daerah Linggajati Kuningan*