

MANAJEMEN LABORATORIUM SEBAGAI SUMBER BELAJAR

**Dr.dr. BM.Wara Kushartanti
FIK-UNY**

PENGANTAR

Tujuan Laboratorium sebagai salah satu sumber belajar harus menjadi perhatian utama pengelola Laboratorim. Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu dilakukan suatu manajemen pelayanan yang berfokus pada pembelajar sebagai pelanggan. Pelayanan harus memperhatikan dan menerapkan kaidah manajemen kualitas pelayanan. Dengan menerapkan hal tersebut, suatu pelayanan laboratorium dapat mencapai sasaran.

Proses manajemen pelayanan laboratorium yang berkualitas merupakan pendekatan manajemen kualitas total yang dapat membantu mempertahankan dan mengembangkan sumber belajar dan pembelajarnya sehingga dapat memperluas fungsi laboratorium. Jadikanlah proses kepemimpinan sebagai sumber utama yang menyediakan nilai terbaik bagi pembelajar. Proses manajemen yang berkualitas harus didukung oleh tujuan yang jelas dan dirancang untuk memberi dampak sebagai berikut (Flichman, 1994):

1. Peningkatan kepuasan pembelajar yang dimulai dengan mengetahui kebutuhan pembelajar, dan kemudian memberikan layanan sesuai dengan kebutuhannya.
2. Peningkatan kualitas dengan jalan meniadakan hal-hal yang dapat memberi kesan buruk pada pembelajar sewaktu kedatangannya yang pertama.

3. Peningkatan produktivitas dengan jalan meningkatkan efektivitas sumber daya yang tersedia untuk mendapatkan persentase nilai yang lebih tinggi.
4. Peningkatan kualitas secara terus menerus.
5. Peningkatan kekuatan tim manajemen dengan mengintegrasikan berbagai kelompok melalui keahlian dan ketrampilan masing-masing.
6. Peningkatan kepuasan pekerja (laboran) dengan melibatkannya dalam perumusan tujuan, dan mengenali partisipasinya maupun pencapaiannya.

Atribut yang harus diperhatikan dalam perbaikan manajemen kualitas pelayanan adalah (Gaspersz, 1997):

1. Ketepatan waktu pelayanan: menyangkut waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi pelayanan: berkaitan dengan validitas dan reliabilitas pelayanan, serta bebas dari kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan layanan, terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal seperti staf administrasi, laboran dan lain-lain. Citra pelayanan sangat ditentukan oleh orang-orang yang berada di garis depan dalam melayani langsung pengguna laboratorium.
4. Tanggung jawab berkaitan dengan deskripsi tugas masing-masing dan penanganan keluhan dari pembelajar.
5. Kelengkapan menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya.
6. Kemudahan mendapatkan pelayanan berkaitan dengan banyaknya petugas yang melayani.

7. Variasi model pelayanan berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan dan citra pelayanan.
8. Pelayanan pribadi berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus terutama berkaitan dengan penelitian dan lain-lain.
9. Kenyamanan memperoleh pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi, dan lain-lain.
10. Atribut pendukung pelayanan lainnya seperti misalnya kebersihan dan keindahan lingkungan, fasilitas musik, AC dan lain-lain.

PEMBELAJAR SEBAGAI PELANGGAN

Pembelajar di Laboratorium dapat diibaratkan sebagai pelanggan di suatu perusahaan. Yang menjadi pertanyaan sekarang adalah: Siapakah itu pelanggan? Erry Ryana (2000) mengidentifikasi pelanggan sebagai berikut:

1. Pelanggan adalah mereka yang membawa keinginannya kepada kita. Tugas kita adalah memberi mereka keuntungan
2. Pelanggan tidak pernah jauh, sehingga masih mampu mempengaruhi pekerjaan kita, sejauh apa pun jarak kedua tempat. Kesalahan sekecil apa pun akan mengurangi nilai produk atau jasa kita di mata mereka.
3. Pelanggan dengan penilaian yang baik terhadap perusahaan kita merupakan harta terpenting di dunia. Apa pun yang bisa dilakukan untuk penilaian itu, serentak akan menjadi keunggulan kita.

4. Penilaian yang baik dari pelanggan tidak dapat dibeli atau dicuri, namun dapat diperoleh sebagai penukar dari nilai yang kita berikan.
5. Pelanggan berharap nilai dari apa yang mereka beli pada kita. Apabila kita tidak memberikan nilai itu, mereka akan pergi ke tempat lain untuk mendapatkannya.
6. Pelanggan adalah sekumpulan majikan diatas atasan kita. Dengan pelayanan baik kepada mereka, sesungguhnya kita melayani diri kita sendiri pula.

Begitu tingginya posisi pelanggan di mata perusahaan jasa layanan, sehingga penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting. Valerie (1996) mengkaji cara pelanggan menilai kualitas pelayanan medis, dan ia mendapatkan lima dimensi sebagai berikut:

1. Reliabilitas: Janji sesuai jadwal dan diagnosis yang akurat.
2. Tanggung jawab.
3. Jaminan pengetahuan, keterampilan dan reputasinya.
4. Empati: memanusiakan pasien, sabar, mengingat problem sebelumnya, dan berusaha mendengarkan keluhan pasien.
5. Terjangkau baik pada ruang tunggu, ruang pemeriksaan maupun peralatannya.

Zeithaml (1996) meneliti tentang faktor-faktor yang mendorong pasien untuk tetap memanfaatkan jasa di suatu Rumah Sakit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, jenis pelayanan, lokasi, jumlah kasus yang dapat di

diagnosa dan diatasi, layanan kasus gawat darurat, tersedianya tenaga kerja, dan banyaknya kegiatan pendidikan serta penelitian merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh pasien untuk tetap memanfaatkan jasa layanan di suatu Rumah Sakit. Penelitian lain dilakukan oleh Rosenberg pada tahun 1988 di Swedia, dan berhasil diidentifikasi faktor lokasi tempat pelayanan, tingkat kesadaran penduduk, dan sistem pelayanan merupakan faktor penentu. Berbeda dengan Neill (1989), ia mengelompokkan faktor-faktor tersebut menjadi faktor budaya, faktor sosial, dan faktor ekonomi. Friss (1989) mendapatkan bahwa karakteristik penduduk, status sosial ekonomi, komposisi umur, ketersediaan dokter, variasi layanan, dan corak praktek dokter merupakan faktor penentu pemanfaatan Rumah Sakit. Riska dan Haggglund (1991) lebih melihat issue gender sebagai faktor yang menentukan, sedangkan Glassner (1989) dalam penelitiannya tentang "Fitness dan sikap masyarakat post modern" mendapatkan bahwa jenis pemasaran dan tingkat profesionalisme layanan merupakan faktor yang menentukan.

MANAJEMEN PELAYANAN LABORATORIUM

Manajemen Pelayanan Laboratorium adalah bagaimana suatu pelayanan melalui program, sarana-prasarana, laboran, karyawan, dan inti manajemennya mampu merencanakan, menciptakan, dan memberikan layanan terbaik bagi pembelajar. Setiap lini harus tidak lepas dari kontrol inti manajemen, dan dengan demikian diperlukan kepemimpinan yang berkualitas. Erry Ryana (2000) mengutip perkataan Jendral H.Norman Schwazlopf yang

mengemukakan bahwa kepemimpinan adalah gabungan antara strategi dan karakter. Tetapi kalau kita harus memilih salah satu, maka pilihlah yang kedua". Selanjutnya Erry mengidentifikasi 10 watak yang dikagumi dari seorang pemimpin, yaitu:

1. Jujur (*honest*)
2. Kompeten (*competent*)
3. Melihat ke depan (*forward-looking*)
4. Selalu memicu inspirasi (*inspiring*)
5. Pandai, cerdas (*intelligent*)
6. Obyektif, berlaku adil (*fair minded*)
7. Berwawasan luas (*broad minded*)
8. Berani mengambil resiko (*courageous*)
9. Tidak basa-basi, langsung pada persoalan (*straight forward*)
10. Penuh imajinasi (*imaginative*)

Disamping kepemimpinan yang berkualitas, diperlukan pula usaha untuk melibatkan seluruh laboran maupun karyawan untuk menangkap kebutuhan pelanggan, memantau perubahannya, dan memenuhi kebutuhan tersebut sesuai dengan bidang tugasnya. Karyawan harus dilatih untuk menggunakan bahasa layanan kualitas dan merasa memiliki Laboratorium tersebut. Inovasi, pelayanan unggul dan bekerja dengan kualitas tertinggi harus menjadi prinsip kerja dari seluruh sumber daya manusia yang terlibat di Laboratorium. Keputusan manajemen kualitas berkaitan dengan pelayanan tujuh P, yaitu:

Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, Process Design, dan Participants.

PENUTUP

Dengan mentransfer ilmu manajemen pelayanan yang berlaku umum, kita dapat membuat modifikasi yang pas untuk suatu Pusat kebugaran. Dalam hal ini Pusat Kebugaran dipandang sebagai perusahaan jasa layanan.

Daftar Rujukan

- Erry Riyana H. (2000). *Esensi Kepemimpinan: Mewujudkan Visi Menjadi Aksi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Flichman DG, dan Auld DD. (1994). *Customer Retention through Quality Leadership*. Singapore: Toppan Company.
- Friss L dan Friedman B. (1989). "Geographic Differences In The Use of Veterans Administration Hospitals". *Social Science and Medicine: an International Journal*, 28: 347 - 354.
- Gaspersz V (1997). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Glassner B. (1989). "Fitness and The Post Modern self" *Journal of Health and Social Behavior*, 30: 180 - 191.
- Neill JR (1989). "A Social History of Psychotropic Drug Advertisement" *Social Science and Medicine: an International Journal*, 28: 333 - 338.
- Riska E. dan Hagglund U. (1991). "Advertising For Psychotropic Drug in The Nordic Countries: Metaphors, Gender And Life Situations" *Social Science and Medicine: an International Journal*, 32: 465 - 471.
- Rosenberg MW. (1988). "Linking The Geographical, The Medical and The Political in Analysing Health Care Delivery System" *Social Science and Medicine: an International Journal*, 26: 179 - 186
- Valerie A, Leonard L. (1996). "The Behavioral Consequences of Service Quality" *Journal of Marketing*, 60: 31 - 46
- Zeithaml, Valerie A. (1996). *Service Marketing*. Singapore: The Mc Graw Hill Companies, Inc.