

Umumnya dilakukan kerjasama dengan lembaga konsultan atau pelatihan untuk merealisasikannya.

2. Perlunya pembekalan pengetahuan tentang konsep kualitas khususnya dalam menciptakan kesadaran tentang makna kualitas. Hal ini tidak mudah karena yang dirubah adalah *mindset* atau pola pikir dari karyawan. Selain itu, teknis pembuatan Standar Operasional Layanan (SOL) menjadi perlu dibuat untuk mengikat dan sekaligus acuan bertindak yang bersifat teknis. Tanpa adanya SOL ini kemungkinan tercipta perilaku berbeda dalam melakukan layanan adalah sangat mungkin.
3. Membangun budaya kualitas dimulai dengan menyepakati nilai-nilai inti (*core values*) sebagai komitmen bersama dan upaya melestarikan budaya kualitas ini menjadi tanggung jawab bersama baik pihak manajemen maupun karyawan operasional. Keberhasilan membangun budaya kualitas semakin mudah manakala setiap individu dalam organisasi menyadari perlunya perubahan sejalan dengan perubahan lingkungan bisnis.
4. Upaya melestarikan budaya kualitas dapat dilakukan dengan membuat bulletin dan kegiatan lainnya seperti perlombaan antar unit kerja tentang keberhasilan dalam kinerja yang berkualitas. Hal demikian akan menjadi kebiasaan (*habit*) positif dan juga membuat organisasi menjadi *Learning Organization*.

Memperhatikan proses membangun budaya kualitas dari Rumah Sakit maka tidak berlebihan apabila direkomendasikan pula kepada organisasi lainnya untuk mencoba melakukan upaya membangun budaya kualitas dengan belajar dari keberhasilan rumah sakit ini. Bagaimanapun hal ini menuntut kesediaan untuk belajar dan belajar secara terus menerus. Semoga tulisan ini dapat menjadi inspirasi dan referensi bagi pembaca yang berkeinginan pula untuk membangun budaya kualitas dalam organisasinya masing-masing. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Brady, Michael K. and J. Joseph Cronin Jr., (2001), "Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach.", *Journal of Marketing*, Vol. 65, July, pp 34-49.
- Burns, John. (Downloaded: September 15, 2004), *Working Paper, Creating an Energized Organization: Aligning Strategy and Culture*. 2002, Available at <http://www.consultant-center.com>
- Chattel, A., (1995), *Managing for The Future*, London: Mc Millan, Press,Ltd.
- Cook, Lori. S and Rohit Verma., (2002), "Exploring the linkages between Quality System, Service Quality, and Performance Excellence: Service Provider's Perspective.", *Quality Management Journal*, Volume 9, No. 2.
- Deshpande, Rohit; John U. Farley, and Frederick E. Webster, Jr.,1993, Corporate Culture, Customer Orientation and Innovativeness in Japanese Firms A Quadrad Analysis,*Journal of Marketing* Volume 57. (January 1993), pp 23 – 27:

- Gronroos, Christian, (1984), "A Service Quality Model and Its Marketing Implications," **European Journal of Marketing**, Vol. 18, pp 36-44
- Kearney, A.T., (2001), "Your Customer, Your Boss: A Lifecycle Perspective on Customer Relationship Management", *Executive Agenda*, Chicago.s
- Rust, Roland T. and Richard L. Oliver, 1994, "Service Quality: Insights and Managerial Implication from the Frontier," in *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Roland T. Rust and Richard I. Oliver, eds. Thousand Oaks, CA: Sage Publication, pp 1-19
- Sapient, (2003), "Creating Value Through CRM", *white paper*, didownload untuk kepentingan pembuatan makalah ini tanggal 12 Februari 2004 melalui www.sapient.com
- Schneider B., and D. Bowen, 1985, "Employee and Customer Perceptions of Service in Banks; Replication and Extentions, **Journal of Applied Psychology**, Vol 70, pp 423-433
- Zeithaml, Valerie A., A. Parasuraman, and Leonard L. Berry, 1985, "Problems and Strategies in Services Marketing", **Journal of Marketing**, Vol. 49, pp. 33-49