

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Loyalitas secara harfiah diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang kepada suatu objek. Oliver mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk / jasa secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha – usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Huriyati, 2005).

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi perusahaan atau organisasi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah karena semakin mahal biaya dalam upaya memperoleh pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang semakin ketat. Selain itu dalam konteks bisnis, loyalitas dijelaskan sebagai keinginan pelanggan untuk terus berlangganan pada perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada teman dan kolega (Lovelock, 2011).

Kotler, dkk (2002) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu perusahaan perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama : pelanggan yang sudah ada lebih prospektif, artinya pelanggan setia akan memberi keuntungan besar pada perusahaan. Kedua : biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibanding biaya untuk menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Ketiga : pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan cenderung akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat : biaya operasi perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan setia. Kelima : perusahaan dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial disebabkan pelanggan lama telah mempunyai

banyak pengalaman positif dengan perusahaan ataupun produk perusahaan. Keenam : pelanggan setia akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Saputra (2011) perusahaan yang mengembangkan dan mempertahankan loyalitas konsumen akan memperoleh, kesuksesan jangka panjang. Dalam arti lain dengan loyalitas pelanggan, perusahaan akan dapat mencapai target dan keuntungan yang optimal. Disisi lain pelanggan yang tidak loyal akan memberikan dampak negatif terhadap perusahaan dimana perusahaan akan mengalami kesulitan dalam mencapai target dan keuntungan yang optimal.

Loyalitas pelanggan meliputi komponen sikap dan komponen perilaku pelanggan. Komponen sikap pelanggan merupakan gagasan seperti niat kembali untuk membeli produk atau layanan dari perusahaan yang sama, kesediaan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, komitmen kepada perusahaan dengan menunjukkan perlawanan jika ada keinginan beralih ke pesaing lain dan kesediaan untuk membayar dengan harga premium. Disisi lain aspek perilaku loyalitas pelanggan merupakan pembelian berulang yang sebenarnya dari produk atau jasa, yang meliputi pembelian lebih banyak dari produk atau jasa yang sama atau alternative produk yang lain dari perusahaan yang sama, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain dan kemungkinan penggunaan produk dalam jangka panjang untuk merek tersebut masih tetap terjaga kualitasnya (Saravanakumar, 2014).

Konsep loyalitas lebih mengarah kepada perilaku (*behavior*) dibandingkan sikap (*attitude*) dan pelanggan yang loyal menunjukkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dalam waktu yang lama. Perusahaan yang akan mempertahankan loyalitas pelanggan harus memfokuskan pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas yang berkelanjutan. Kumar RK et al, (2009) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dapat memuaskan pelanggan, maka dengan sendirinya pelanggan akan loyal dengan perusahaan.

Loyalitas dari konsumen tentu tidak langsung muncul saat pertama kali tetapi akan muncul ketika sudah berulang kali mengakses pelayanan kesehatan di sebuah rumah sakit. Dan tentu hal ini yang di harapkan oleh setiap rumah sakit untuk bisa terus bertahan (Ayubi, 2008)

Pasien loyal akan menggunakan kembali pelayanan kesehatan yang sama bila mereka membutuhkan kembali, sehingga pasien yang loyal akan mengajak orang lain untuk menggunakan pelayanan kesehatan yang sama. Pasien loyal adalah “sarana promosi” yang murah. Memiliki pasien yang loyal akan meningkatkan daya jual institusi pelayanan kesehatan serta kemampuan untuk ber laba (profitabilitas meningkat).

Loyalitas pasien dapat menjadi masalah bagi rumah sakit atau organisasi pelayanan kesehatan lainnya dimana perkembangan perumahan sakitan yang semakin ketat, sehingga pasien dengan leluasa dapat memilih rumah sakit manakala memerlukan jasa pelayanan kesehatan. Ketatnya persaingan rumah sakit dalam memberikan pelayanan kesehatan yang terstandar dengan berbasis keselamatan pasien menjadi fenomena yang mendorong setiap rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanan, dan meningkatkan kepuasan pasien guna mendapatkan dan mempertahankan loyalitas pasiennya. Loyal tidaknya pasien akan mempengaruhi tingkat kinerja keuangan rumah sakit. Semakin tinggi loyalitas pasien rumah sakit maka semakin tinggi juga kinerja keuangan rumah sakit dan menunjukkan kemampuan dalam mencapai target keuntungan.

Pada saat ini pola pengelolaan rumah sakit telah mengalami perubahan – perubahan, terutama berkaitan dengan peningkatan pelayanan pada masyarakat. Salah satu perubahan tersebut dapat dilihat dengan adanya perubahan paradigma dimana Rumah Sakit yang dahulunya sebagai lembaga usaha *not for profit* menjadi lembaga usaha *sosio – economic* (suatu lembaga yang selain memperhatikan faktor keuangan juga harus tetap memperhatikan pelayanan pada pasien miskin sebagai fungsi sosial). Perubahan tersebut memaksa manajemen rumah sakit yang dilaksanakan harus menyesuaikan dengan perubahan tersebut. Upaya – upaya yang harus dilakukan oleh Rumah Sakit untuk tetap bertahan dan berkembang adalah meningkatkan pendapatan dari pasien, karena pasien merupakan sumber pendapatan dari rumah sakit baik secara langsung (*out of*

pocket) maupun secara tidak langsung, melalui asuransi kesehatan. Tanpa adanya pasien maka rumah sakit tidak dapat bertahan dan berkembang mengingat besarnya biaya untuk operasional yang sangat tinggi. Inilah yang menjadi dasar pemikiran bagaimana rumah sakit dapat memperoleh dan mempertahankan loyalitas pasiennya.

Untuk mencapai sasaran yang dikehendaki sebagai usaha mencapai profit rumah sakit harus mampu meningkatkan *service performance* guna meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pasien yang pada akhirnya dapat memperoleh dan mempertahankan loyalitas pasien.

Menurut Thoha (2002) “ kualitas pelayanan kepada masyarakat sangat tergantung pada individual aktor dan system yang dipakai”. Dokter, Perawat, dan tenaga kesehatan lainnya serta tenaga nonmedis yang bertugas dirumah sakit harus memahami cara melayani konsumennya dengan baik terutama kepada pasien dan keluarganya, karena pasien dan keluarganya merupakan komponen utama di rumah sakit. Kemampuan rumah sakit dalam memenuhi kebutuhan pasien dapat diukur dari tingkat kepuasan dan loyalitas pasiennya.

Kemampuan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Konsumen umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003). Kepuasan konsumen akan membentuk persepsi dan selanjutnya akan memposisikan produk/jasa perusahaan di mata konsumen tersebut.

Kotler (2003) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, konsumeris, dan peneliti perilaku konsumen. Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan

utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Pasien akan merasa puas apabila ada persamaan antara harapan dan kenyataan pelayanan kesehatan yang diperoleh. Kepuasan pengguna pelayanan kesehatan mempunyai kaitan yang erat dengan hasil pelayanan kesehatan, baik secara medis maupun nonmedis seperti kepatuhan terhadap pengobatan, pemahaman terhadap informasi medis dan kelangsungan perawatan (Kotler, 1997).

Dharmayanti (2006), selama ini konsep dan pengukuran kualitas jasa/pelayanan telah berkembang dengan pesat salah satu kontributor yang sering dipakai dalam mengembangkan pengukuran kualitas jasa/pelayanan adalah alat ukur kualitas layanan *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dikembangkan Cronin dan Taylor pada tahun 1992, tetapi dalam kenyataannya beberapa konsep menyebutkan bahwa gambaran ke 5 (lima) dimensi (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) yang sering di gunakan dalam *SERVQUAL* untuk menilai kualitas jasa/pelayanan, masih menjadi masalah.

Dharmayanti (2006) dalam hal ukuran layanan yang berdasarkan kinerja akan lebih merefleksikan kualitas jasa/pelayana. *SERVPERF* (*Service Performance*) di kembangkan oleh Cronin dan Taylor pada tahun 1992 dan 1994. Skala ini menyatakan bahwa ukuran kualitas jasa/pelayanan adalah kinerja dari jasa/pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan konsumen hanya akan dapat menilai kualitas dari pelayanan yang benar – benar mereka rasakan. *SERVPERF* akan lebih merefleksikan kualitas jasa/pelayanan karena pengukuran terhadap kualitas pelayanan dalam *SERVQUAL* yang diajukan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry tahun 1985-1988 telah membentuk paradigma yang lemah dimana harapan konsumen terhadap kualitas jasa/pelayanan mengacu kepada harapan konsumen terhadap penyedia jasa secara umum, sedangkan

persepsi terhadap kinerja jasa mengarah kepada perluasan jasa yang dituju/spesifik.

Berdasarkan hasil pengamatan, peneliti memperoleh data jumlah pasien yang pernah dirawat di Rumah sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya pada 4 (empat) tahun terakhir yaitu pada tahun 2014 sejumlah 3.485 pasien, 2015 sejumlah 3.645 pasien, 2016 sejumlah 3.512 pasien, dan 2017 sejumlah 3.183 pasien. Dari data tersebut pada tahun 2015 terdapat peningkatan jumlah pasien rawat inap sebesar 4,59 %, tetapi ditahun 2016 terjadi penurunan jumlah pasien rawat inap sebesar 3,65 % dan tahun 2017 sebesar 9,37 %. Data penggunaan tempat tidur rumah sakit (BOR) pada empat tahun terakhir yaitu, pada tahun 2014 BOR sebesar 65,63 %, tahun 2015 sebesar 68,64 %, tahun 2016 sebesar 66,14 %, dan tahun 2017 sebesar 59,94 %.

Peneliti juga memperoleh data tentang keluhan pasien yang disampaikan melalui kotak saran di instalasi rawat inap yang disediakan pihak manajemen rumah sakit, dimana pada periode pelayanan triwulan 1 (satu) terdapat 5 (lima) keluhan dan saran yang disampaikan pasien rumah sakit. Dari 5 (lima) keluhan dan saran tersebut 2 (dua) diantaranya mengeluhkan tentang tidak adanya visite dokter penanggung jawab pasien pada hari libur, 2 (dua) keluhan tentang ketersediaan air bersih dimana pada hari libur terjadi air bersih tidak mengalir, dan 1 (satu) diantaranya berupa saran agar di hari libur dokter spesialis tetap melakukan kunjungan pasien.

Hal tersebut dapat mengindikasikan terjadinya penurunan loyalitas pasien di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya karena menurunnya kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Penurunan kualitas pelayanan dapat dipengaruhi karena pada hari libur dokter yang melakukan visite adalah dokter jaga bukan dokter penanggung jawab pasien atau dokter spesialis sehingga akan mempengaruhi tingkat keakuratan dalam tindak lanjut perawatan pasien, meskipun hasilnya tetap di konsultasikan dengan dokter penanggung jawab pasien. Hal ini juga yang menyebabkan pasien tidak puas terhadap pelayanan rumah sakit.

Kondisi ini sudah menjadi kekhawatiran manajemen dimana manajemen sudah melakukan upaya – upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan rawat

inap melalui peningkatan kinerja pelayanan khususnya rawat inap. Rumah Sakit terus berupaya untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan (*skill*) tenaga kesehatan melalui berbagai macam pelatihan baik internal maupun eksternal, termasuk didalamnya adalah pelatihan *service excellent*. Demikian juga dengan upaya promosi sudah dilakukan dimana rumah sakit melakukan upaya promotif melalui edukasi pasien di ruang tunggu pasien setiap hari sambil menunggu jam pelayanan, yang diharapkan ini menjadi informasi yang dapat disampaikan pasien kepada teman, kerabat, saudara dan koleganya.

Pada tanggal 06 April 2018 peneliti melakukan survey pendahuluan tentang loyalitas pasien terhadap 10 sampel dari populasi pasien yang dirawat di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdaam Jaya. Sampel tersebut terdiri dari 2 (dua) orang pasien rawat inap VIP, 3 (tiga) Orang pasien kelas I, 3 (tiga) orang pasien kelas II, 2 (dua) orang pasien kelas III. Survey dilakukan dengan menggunakan kuesioner tentang loyalitas pasien yang terdiri dari 5 (lima) pernyataan dengan 2 (dua) kriteria jawaban ya (skor 20) dan tidak (skor 0). Kriteria hasil penelitian digolongkan menjadi 3 (tiga) kelompok kriteria pasien yaitu total skor 80 – 100 (pasien sangat loyal), total skor 60 (pasien loyal), total skor dibawah 0 - 40 (pasien tidak loyal). Dari survey pendahuluan tersebut didapatkan hasil sebagai berikut, 4 pasien total skornya 40, 4 pasien total skornya 60, dan 2 pasien total skornya 80. Dari hasil survey tersebut dapat diambil kesimpulan sementara bahwa 40 % pasien rawat inap tidak loyal, 40 % pasien rawat inap loyal, dan 20 % pasien rawat inap sangat loyal.

Dari data yang diperoleh dan hasil survey pendahuluan yang dilakukan peneliti kemungkinan penurunan jumlah pasien rawat inap di Rumah sakit Tk.IV Daan Mogot pada dua tahun terakhir disebabkan karena kualitas pelayanan rumah sakit dan kepuasan pasien terhadap pelayanan rawat inap menurun sehingga mengakibatkan loyalitas pasien rawat inap berkurang. Penurunan jumlah pasien rawat inap ini akan berpengaruh terhadap profit yang diperoleh rumah sakit, dan rumah sakit akan memerlukan waktu dan kerja keras guna mengembalikan kepercayaan pasien.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas dapat diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah pasien rawat inap di Rumah sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya pada 2 (dua) tahun terakhir, dimana pada tahun 2015 terjadi penurunan jumlah pasien dari 3.645 kunjungan pasien menjadi 3.512 kunjungan pasien (terjadi penurunan sebesar 3,65 %) dan tahun 2017 terjadi penurunan jumlah pasien dari 3.512 kunjungan pasien menjadi 3.183 kunjungan pasien (terjadi penurunan sebesar 9,37 %).

Dilihat dari indikator pelayanan rumah sakit di Rumah Sakit TK.IV Daan Mogot Kesdam Jaya juga terdapat penurunan BOR (*Bed Occupancy Ratio*) atau angka penggunaan tempat tidur. Pada tahun 2015 BOR Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot sebesar 68,64 %, tetapi ditahun 2016 turun menjadi 66,14 %, dan tahun 2017 menjadi 59,94 %. Dari indikator tersebut pada tahun 2017 menunjukkan penurunan yang signifikan dan BOR dibawah rata – rata normal yaitu 60 – 85 % (Depkes RI, 2005).

Dari uraian tersebut dapat kita rumuskan bahwa permasalahan yang ada di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya saat ini adalah terjadinya penurunan jumlah pasien rawat inap yang kemungkinan terjadi akibat kualitas pelayanan yang kurang baik dan kepuasan pasien yang menurun sehingga menyebabkan pasien rawat inap tidak loyal (loyalitas pasien menurun).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas maka secara umum yang menjadi pertanyaan penelitian adalah :

- a. Bagaimana gambaran loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya tahun 2018 ?
- b. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya tahun 2018 ?

- c. Bagaimana gambaran kepuasan pasien di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya tahun 2018 ?
- d. Apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya tahun 2018 ?
- e. Apakah ada hubungan antara Kepuasan dengan loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya tahun 2018 ?

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Tujuan Umum

Mengetahui gambaran kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien rawat inap Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya

1.4.2 Tujuan Khusus

- 1 Mengetahui gambaran loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya tahun 2018.
- 2 Mengetahui gambaran kualitas pelayanan di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya tahun 2018.
- 3 Mengetahui gambaran kepuasan pasien di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya tahun 2018.
- 4 Mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya tahun 2018.
- 5 Mengetahui hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya tahun 2018.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Rumah Sakit

Dapat di jadikan sumber informasi bagi pihak rumah sakit dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pasien sehingga dapat meningkatkan loyalitas pasien rawat inap di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit

Tk.IV Daan Mogot Kesdaam Jaya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kunjungan pasien rawat inap rumah sakit baik pasien baru maupun pasien lama.

1.5.2 Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan usaha untuk meningkatkan kemampuan berfikir melalui penulisan skripsi dan untuk menerapkan teori - teori yang penulis peroleh selama perkuliahan di Prodi Kesehatan Masyarakat Fakultas Ilmu kesehatan Universitas Esa Unggul, dihadapkan pada fenomena terhadap penurunan pasien rawat inap di rumah sakit terkait kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pasien.

1.5.3 Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi penelitian – penelitian mendatang yang berkaitan dengan fenomena terhadap penurunan pasien rawat inap di rumah sakit terkait kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pasien.

1.5.4 Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan informasi yang berguna, referensi, sumbangan pemikiran dan masukan yang berwawasan khususnya pengetahuan tentang administrasi dan kebijakan kesehatan pada fasilitas pelayanan kesehatan terkait manajemen pelayanan rawat inap di rumah sakit.

1.6 Ruang Lingkup

Penelitian ini mengenai gambaran kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdaam Jaya. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena adanya fenomena penurunan indikator pelayanan rumah sakit berupa penurunan BOR (*Bed Occupancy Ratio*) atau angka penggunaan tempat tidur, dimana pada tahun 2017 di bawah standar yang ditetapkan oleh kemenkes RI yaitu 60-85%. Penelitian dilakukan selama satu bulan yaitu juni – juli 2018, di Instalasi Rawat Inap Rumah

Sakit Tk.IV Daan Mogot Kesdam Jaya, terhadap pasien yang dirawat di rumah sakit tahun 2018. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif, menggunakan metode survey dengan kuesioner, dan analisa data menggunakan uji hipotesis analisa univariat dan bivariat. Pengumpulan data satu kali pada saat pasien mendapat pelayanan rawat inap.