

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya teknologi dan informasi di era Modernisasi ini menyebabkan pengetahuan masyarakat meningkat baik ditingkat lokal maupun global, sehingga masyarakat lebih selektif dalam memilih fasilitas layanan yang digunakan. Pemilihan fasilitas layanan tersebut biasanya ditempuh masyarakat dengan cara memanfaatkan bantuan dari berbagai macam media yang kemudian dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan layanan yang akan digunakan. Salah satu layanan yang penting untuk masyarakat adalah layanan kesehatan. Sebab pada dasarnya setiap orang membutuhkan tubuh yang sehat dalam menjalankan setiap aktifitasnya sehingga mereka dapat melakukan kegiatannya dengan baik. Maka dari itu dibutuhkan layanan kesehatan yang optimal. 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.

Rumah Sakit pada era digitalis saat ini harus mengikuti persaingan di dunia kesehatan dan pasar bebas bukan hanya mengemban misi sosial, persaingan yang ketat di bisnis rumah sakit, menuntut pengelola layanan jasa ini harus mampu mengelola secara profesional agar mampu bersaing dalam melayani konsumen. Maka sejalan dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan, pelayanan rumah sakit harus selalu ditingkatkan. Oleh karena itu, pelayanan yang prima, diperlukan berbagai strategi untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan perkembangan tuntutan konsumen.

Pengelolaan rumah sakit pada era modern, akan menghadapi situasi pasar dengan persaingan terbuka luas. Rumah sakit tidak hanya berfungsi sosial, seperti masa lalu, sekarang rumah sakit sudah masuk pada ranah bisnis. Sehingga semua proses pelayanan kesehatan, berujung pada perolehan keuntungan (profit) yang setinggi-tingginya.

Perbaikan layanan dan fasilitas yang prima, dapat melahirkan citra baik perusahaan di mata konsumen. Karena konsumen rumah sakit bukanlah orang dalam kondisi tidak stabil baik fisik maupun psikhis saja melainkan orang sehat juga bisa menjadi konsumen rumah sakit, secara individu akan melahirkan sifat emosional yang tinggi. Semua perlakuan rumah sakit terhadap konsumen, akan melahirkan kepuasan konsumen dan berujung pada minat pasien untuk melakukan kunjungan ulang.

Penyediaan layanan dan citra perusahaan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut di atas, usaha seperti ini sering disebut dengan mengedepankan kepentingan konsumen dari pada kepentingan perusahaan itu sendiri. Salah satu cara pemasaran layanan perusahaan dapat dilakukan dengan mengedepankan harapan konsumen, Kemampuan memberikan kepuasan kepada konsumen secara langsung, akan menjadi ikon setiap konsumen akhir untuk penggunaan jasa secara berulang-ulang dan tidak akan berpindah kepada rumah sakit lain. Kunjungan ulang

konsumen ke rumah sakit, akan melahirkan kesetiaan konsumen (loyalitas konsumen).

Fornell mengatakan bahwa minat pembelian kembali merupakan konsep paling penting dalam pemasaran. Minat pembelian kembali juga menjadi konsep inti dari loyalitas pelanggan. Meningkatnya minat pembelian kembali dapat meningkatkan pendapatan berkelanjutan perusahaan dan meningkatkan efisiensi operasional waktu ke waktu (McDougall dan Levesque). Kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan rumah sakit semakin ditunjang oleh banyaknya pilihan rumah sakit, sehingga rumah sakit bersaing meningkatkan kualitas pelayanan di rumah sakit harus diiringi dengan usaha pemasaran untuk menginformasikan kepada pelanggan agar pelanggan dapat mengetahui keberadaan pelayanan rumah sakit Sudhir dan (Reddy, 2011)

Sementara loyalitas pelanggan telah menjadi isu menarik dalam bidang pemasaran. Penelitian empiris membuktikan bahwa kepuasan pelanggan saja tidak cukup membuat pelanggan loyal terhadap suatu produk (Oliver, 1999). Namun, penelitian Hellier (2002) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan tidak memiliki hubungan yang signifikan. Loyalitas pelanggan adalah kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap sebuah 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 (Kotler, 2000).

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 asimetris mengingat konsumen yang loyal kebanyakan konsumen yang terpuaskan, tetapi tidak semua kepuasan konsumen bermakna loyalitas (Oliver, 1999).

Menurut data kementerian kesehatan republik indonesia perkembangan jumlah rumah sakit di indonesia pada saat ini terus meningkat dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir (Ditjen Yankes, 2018) rumah sakit umum 2.305 buah, rumah sakit khusus 535 buah, dengan totalnya sudah mencapai 2.840 rumah sakit. Dengan meningkatnya jumlah rumah sakit menjadi tantangan bagi pengelola rumah sakit karena menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Rumah sakit yang memiliki pelayanan yang bermutu dan citra yang baiklah yang dapat bertahan dan unggul. Oleh karena itu rumah sakit harus mampu menyediakan pelayanan yang berkualitas dengan harga bersaing dengan tujuan untuk tercapainya kepuasan pelanggan dan akan berefek pada minat berkunjung ulang.

Sebagai pengguna jasa pelayanan rumah sakit masyarakat saat ini semakin kritis untuk memilih rumah sakit yang akan dikunjunginya. Konsumen selalu ingin mendapatkan kualitas pelayanan yang sebaik-baiknya dengan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan tersebut. Untuk pengukuran kualitas jasa itu sendiri yang paling populer saat ini adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry

(1988). Dalam model ini ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), *Tangibles* (Bukti langsung).

Selain kualitas pelayanan, citra merek (*brand image*) merupakan faktor lain yang menjadi sumber keunggulan suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis dan memenuhi tuntutan harapan pelanggan. Bagi perusahaan *brand* memiliki fungsi sebagai penghubung dan penjaga keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan mereka (Wood, 2000). Pada saat konsumen memiliki keyakinan bahwa kualitas yang diterima adalah baik, maka citra merek yang dimiliki juga semakin baik. Citra rumah sakit (*hospital image*) dipengaruhi oleh banyak hal, antara lain tingginya kualitas pelayanan rumah sakit, fasilitas yang baik lingkungan yang nyaman, sejarah panjang dari rumah sakit, biaya yang rendah, sikap yang ramah dan tepat dari dokter, peralatan medis yang canggih, pengalaman masa lalu, kata dari mulut ke mulut, dan komunikasi pemasaran (Kim, et al., 2008).

Citra merupakan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang berharga dari perusahaan. Citra positif memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendapatkan nilai reputasi dan keunggulan kompetitif (Porter dan Claycomb, 1997). Sebuah citra yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas layanan, loyalitas, dan niat pembelian kembali (Bloemer et al., 1998; Da Silva et al., 2008 dan. Lai et al., 2009). Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu perusahaan dan sebaliknya citra yang buruk akan merusak kestabilan suatu perusahaan. Citra rumah sakit berdampak pada sikap dan perilaku pasien terhadap rumah sakit. Dengan demikian, pemahaman hubungan antara citra rumah sakit dan pengaruhnya terhadap intensi pasien sangat diperlukan.

Keberhasilan perusahaan membentuk citra kepada masyarakat, dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya sejarah perusahaan, kelengkapan sarana dan prasarana, dan keberhasilan dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Citra tersebut muncul berdasarkan pengetahuan dan informasi - informasi yang diterima seseorang terhadap suatu obyek. Apabila informasi tersebut baik maka akan menimbulkan citra positif, namun sebaliknya apabila informasi yang diterima buruk, maka akan menimbulkan citra negatif. Informasi-informasi yang di peroleh misalnya mengenai bagaimana pelayanan yang diberikan rumah sakit, bagaimana kelengkapan alat-alat kesehatan, bagaimana kualitas sumber daya manusia (dokter dan perawat) yang ada di rumah sakit, dan sebagainya.

Citra rumah sakit telah menarik perhatian di kalangan peneliti model konseptual ditujukan untuk menjawab peran penting citra merek terhadap nilai yang dirasakan pelanggan. Pencitraan merupakan sebuah tahapan penting bagi rumah sakit karena dapat mendorong kesetiaan pelanggan. Citra rumah sakit memiliki fungsi sebagai penghubung dan penjaga keharmonisan hubungannya dengan pelanggan mereka (Wu, 2011).

Bila rumah sakit tidak dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pasien, maka akan timbul ketidak- puasannya pada pasien, dan pasien akan mengeluh lalu melakukan *word of mouth* yang negatif, dan terbentuk citra yang buruk dimasyarakat luas (petzer dan Meyer, 2012), oleh karena itu konsumen akan selalu melihat peran sebuah *brand* khususnya di industri rumah sakit

sebagai salah satu pertimbangan secara menyeluruh, apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit dapat membuat kepuasan konsumen menjadi lebih tinggi, (Kotler, 2009) menyatakan bahwa pada saat konsumen semakin memiliki keyakinan bahwa kualitas yang diterima adalah baik, maka *brand image* yang dimiliki akan juga semakin baik.

Di Indonesia saat ini bukan hanya kualitas serta citra yang menjadi hal utama bagi masyarakat dalam menggunakan pelayanan kesehatan, masyarakat Indonesia saat ini juga terbantu dengan kebijakan pemerintah tentang jaminan kesehatan nasional atau yang di kenal dengan sistem BPJS (Badan Penyelenggara Kesehatan Nasional) dimana seluruh masyarakat dapat melakukan pengobatan secara nasional dengan aturan yang berlaku serta tarif yang ditentukan oleh pemerintah. BPJS sendiri terbagi dalam tiga kategori kelas yakni kelas 1, 2 dan 3 yang sesuai dengan pendapatan masyarakat Indonesia. Dalam kaitannya dengan penelitian ini dimana kualitas dan citra merupakan faktor penting dalam peningkatan tingkat kunjungan namun ketersediaan BPJS juga termasuk salah satu yang berpengaruh dalam tingkat kunjungan di rumah sakit.

RSIA Puri Garcia saat ini baru melayani pasien dengan menggunakan cara pembayaran dengan Tunai dan asuransi perusahaan saja, belum melayani pasien dengan fasilitas cara bayar dengan menggunakan jaminan kesehatan nasional (BPJS) , sehingga untuk melakukan pengobatan ke RSIA puri Garcia pasien harus membawa uang atau kartu asuransi perusahaan yang sudah bekerja sama dengan RSIA Puri Garcia saja. sedangkan RS pesaing disekitar RSIA Puri Garcia Sudah mulai bekerja sama dengan BPJS. Sehingga menyebabkan persaingan menjadi lebih ketat.

Berdasarkan data rekam medik yang ada di Rumah Sakit Ibu dan Anak Puri Garcia, jumlah pasien di poliklinik pada tahun 2017 berjumlah total 16.438 sedangkan pada tahun 2018 berjumlah total 13.952. Hal ini berarti terjadi penurunan jumlah kunjungan pasien dari tahun 2017 ke tahun 2018 sebesar 15,12 %. RSIA Puri Garcia sebagai salah satu rumah sakit yang ada di Kota Serang harus terus meningkatkan kualitas pelayanan dan citra Rumah Sakitnya agar tercipta kepuasan pasien yang baik, sehingga pada akhirnya minat pasien untuk melakukan kunjungan ulang tetap tinggi sehingga RSIA Puri Garcia mampu terus bersaing di era persaingan yang semakin ketat ini.

Kepuasan pasien merupakan indikator yang ditetapkan oleh kemenkes yang dituangkan dalam Peraturan Menteri Kesehatan No 129/2008 tentang Standar Pelayanan Minimal RS. Dalam peraturan menteri kesehatan tersebut telah ditetapkan standar kepuasan pasien yang harus dicapai oleh rumah sakit di setiap unit pelayanannya. Sebagai contoh di unit rawat inap dan rawat jalan, masing- masing ditetapkan standar kepuasan pasien > 90 %, pelayanan farmasi radiologi dan laboratorium masing- masing > 80 %. Dengan standar pelayanan minimal tersebut diharapkan semua rumah sakit di indonesia dapat meningkatkan kinerjanya, dan dituntut untuk memberikan pelayanan yang bermutu sesuai dengan standar yang di tetapkan. Berdasarkan pra survey sederhana yang dilakukan peneliti pada 10 orang responden pasien poliklinik RSIA Puri Garcia pada tahun 2019 didapatkan hasil tingkat kepuasan pasien poliklinik RSIA Puri Garcia terhadap; Kebersihan ruangan dan fasilitas 70%, Pelayanan Staff 70 %, Keramahan Staff 60 %,

Pelayanan Dokter 80 %, Keramahan Dokter 80 %, Waktu Tunggu 80 %, Kepuasan terhadap pelayanan secara menyeluruh 80 %. Sehingga didapatkan rata-rata kepuasan pasien mencapai 73 %. Tingkat kepuasan ini masih 17 % dibawah standar yang telah ditetapkan oleh peraturan kementerian kesehatan untuk unit rawat jalan yaitu 90 %. Salah satu manfaat yang dapat diperoleh suatu rumah sakit yang menutamakan kepuasan pasien yaitu bertambahnya jumlah orang yang berobat karena ingin mendapatkan pelayanan yang memuaskan seperti yang mereka inginkan (Azwar,1996). Akan tetapi, RSIA Puri Garcia belum bekerja sama dengan BPJS. Sehingga pasien masih harus membayar dengan tunai atau asuransi perusahaan saja belum bisa menggunakan jaminan kesehatan (BPJS) untuk mendapatkan pelayanan di RSIA Puri Garcia. Ketidak puasan konsumen terhadap sebuah rumah sakit tidak hanya bersumber dari ketidak cakapan tenaga medis atau ketersediaan sarana dan prasarana rumah sakit saja.melainkan sampai dengan penilaian terhadap kerjasama tim medis, komunikasi dan perhatian yang dianggap sebagai satu kesatuan bagi kesembuhan seorang pasien dengan kata lain ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien (Thomas S. Kaihatu, 2012). Kepuasan pasien timbul dikarenakan adanya pelayanan yang bermutu. Pelayanan yang bermutu adalah pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien sebagai pengguna jasa pelayanan kesehatan.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, 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.

RSIA Puri Garcia adalah suatu badan pelayanan kesehatan yang berada di kota serang di bawah naungan pihak swasta dan bertanggung jawab terhadap pembangunan kesehatan di wilayah kerjanya. Rumah sakit berperan menyelenggarakan upaya kesehatan untuk meningkatkan kesadaran, keinginan, dan kemampuan hidup sehat bagi setiap penduduk agar memperoleh derajat kesehatan yang optimal. Dengan demikian, rumah sakit berfungsi sebagai pusat penggerak pembangunan kesehatan, pusat pemberdayaan keluarga dan masyarakat, serta pusat pelayanan kesehatan yang mengkhususkan pada pelayanan kesehatan ibu dan anak. Dimana keberhasilan pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dalam instansi tergantung pada kinerja para pegawai yang ada di instansi tersebut untuk memberikan pelayanan prima dan memertahankan citra perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut diatas, untuk itu penulis tertarik untuk meneliti dan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit, Ketersediaan BPJS Terhadap Minat Kunjungan Ulang di RSIA Puri Gracia (Studi Kasus di Kota Serang)”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Menurunnya angka kunjungan kerumah sakit akan berakibat kepada keberlangsungan operasional rumah sakit.
2. Tanggapan pasien terhadap kualitas pelayanan yang diberikan rumah sakit menjadi faktor

menurunnya tingkat kepuasan pasien

3. Semakin banyaknya rumah sakit yang bekerjasama dengan BPJS menyebabkan terjadinya persaingan diantara pelaku bisnis rumah sakit dalam membangun citranya kepada masyarakat luas
4. Menurunnya tingkat kepuasan pasien akan berdampak terhadap turunnya angka kunjungan ulang pasien ke poliklinik RSIA Puri Garcia.
5. Belum Tersedianya BPJS di RSIA Puri Gracia

C. Pembatasan Masalah.

1. Periode penelitian dilakukan bulan Agustus 2019 sampai dengan September 2019
2. Penelitian dibatasi pada pasien rawat jalan poliklinik RSIA Puri Garcia Yang pernah menggunakan jasa pelayanan poliklinik.
3. Karena luasnya permasalahan yang terkait dengan minat kunjungan ulang maka dalam penelitian ini dibatasi kepada beberapa variabel yang sangat terkait yaitu;
 - a). Kualitas Pelayanan sebagai Variabel independen
 - b). Citra Rumah Sakit sebagai Variabel Independen
 - c). Ketersediaan BPJS sebagai Variabel Independen
 - d). Minat Kunjungan Ulang sebagai Variabel dependen

D. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, citra rumah sakit dan ketersediaan BPJS terhadap minat kunjungan ulang di RSIA Puri Garcia
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang di RSIA Puri Garcia.
3. Apakah terdapat pengaruh citra rumah sakit terhadap minat kunjungan ulang di RSIA Puri Garcia
4. Apakah terdapat pengaruh ketersediaan BPJS terhadap minat kunjungan ulang di RSIA Puri Gracia.

E. Tujuan Penelitian.

1. Tujuan Umum

Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra rumah sakit dan ketersediaan BPJS terhadap minat kunjungan ulang di RSIA Puri Garcia

2. Tujuan Khusus

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang di RSIA Puri Garcia.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra rumah sakit terhadap minat kunjungan ulang di RSIA Puri Garcia

3. Untuk menganalisis ketersediaan BPJS terhadap minat kunjungan ulang di RSIA Puri Gracia

F. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Manfaat Teoritis

1. Mempraktikkan, memberikan bukti empiris ilmu pengetahuan yang diperoleh di perkuliahan khususnya berkaitan dengan manajemen rumah sakit dalam meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek rumah sakit ketersediaan BPJS terhadap minat kunjungan ulang.
2. Bahan referensi untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah dalam bidang management administrasi rumah sakit
3. Sumbangan pustaka ilmiah dalam bidang manajemen administrasi rumah sakit.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a). Bagi Instansi

1. Informasi dan bahan implementasi yang berharga bagi instansi yang diteliti yaitu Rumah Sakit Ibu dan Anak Puri Gracia dalam pengelolaan rumah sakit dengan segala kebijakan yang berkaitan langsung dengan aspek-aspek pelayanan masyarakat secara lebih baik.
2. Mengetahui Bagaimana persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan, citra merek, Ketersediaan bpjs dan minat kunjungan ulang sebagai konsumen pelayanan poliklinik RSIA Puri Garcia.

b). Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu secara praktis yang telah diperoleh di bangku kuliah dalam dunia kerja yang sesungguhnya khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, citra Rumah Sakit, ketersediaan bpjs dan minat kunjungan ulang .