

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Undang-undang Kesehatan¹ mendefinisikan kesehatan sebagai: "Keadaan sehat, baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomis." Disebutkan juga di dalam Undang-undang Kesehatan tersebut mengenai fasilitas pelayanan yaitu sebagai: "Suatu alat atau tempat yang digunakan untuk menyelenggarakan upaya pelayanan kesehatan, baik promotif, preventif, kuratif maupun rehabilitatif yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah, dan juga masyarakat." Sedangkan yang dimaksud dengan upaya kesehatan adalah: "Setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan yang dilakukan secara terpadu, terintegrasi dan berkesinambungan untuk memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dalam bentuk pencegahan penyakit, peningkatan kesehatan, pengobatan penyakit, dan pemulihan kesehatan oleh pemerintah dan/atau masyarakat." Dinyatakan pula bahwa pelayanan kesehatan promotif merupakan: "Suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan pelayanan kesehatan yang lebih mengutamakan kegiatan bersifat promosi kesehatan, sedangkan pelayanan kesehatan preventif adalah kegiatan pencegahan terhadap suatu masalah kesehatan/penyakit."

Rumah Sakit Siloam Kebon Jeruk merupakan rumah sakit swasta kelas B yang terletak di kawasan kecamatan Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Pada tahun 2008 dari 204 tempat tidur mencapai tingkat hunian/BOR sebesar 65%, kunjungan poliklinik rawat jalan rata-rata 586 pasien perhari. Pelayanan yang diberikan meliputi pelayanan rawat inap dan rawat jalan, unit gawat darurat, pelayanan penunjang serta *Medical Check Up (MCU)*. Rumah Sakit tersebut melaksanakan kegiatan pelayanan kesehatan promotif dan preventif bagi

¹ Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia. *Undang-undang tentang Kesehatan*. No 36 tahun 2009. Bab I, Ketentuan Umum, pasal 1.

kesehatan pasien, staf rumah sakit serta masyarakat di wilayah cakupannya yaitu di kecamatan Kebon Jeruk dan sekitarnya, serta pengembangan rumah sakit menjadi organisasi yang sehat. Kegiatan tersebut terus dilaksanakan dan digiatkan di Rumah Sakit Siloam Kebon Jeruk yaitu dengan memposisikan unit pemeriksaan kesehatan (*Medical Check Up*) sebagai salah satu prioritas yang memberikan kontribusi besar terhadap keberlangsungan rumah sakit. Fungsi Rumah Sakit sebagai unit pelayanan jasa kesehatan, dimana rumah sakit bersifat semi bisnis, maka dalam bisnis jasa, hal penting yang dapat dijadikan kunci utama pada kualitas pelayanannya adalah reliabilitas, yaitu kemampuan rumah sakit untuk memberikan pelayanan kesehatan sesuai dengan yang dijanjikan. Faktor penting berikutnya yang dapat menjadi kunci keberhasilan untuk memperoleh perhatian konsumen adalah kemampuan rumah sakit dalam hal ketanggapan, yaitu kemampuan rumah sakit untuk membantu pelanggan dengan memberikan jasa yang dibutuhkannya. Di dalam Undang-undang tentang Rumah Sakit² disebutkan bahwa: "Pengaturan penyelenggaraan Rumah Sakit bertujuan: a. mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan pelayanan kesehatan. b. memberikan perlindungan terhadap keselamatan pasien, masyarakat, lingkungan rumah sakit dan sumber daya di rumah sakit. c. meningkatkan mutu dan mempertahankan standar pelayanan rumah sakit; dan d. memberikan kepastian hukum kepada pasien, masyarakat, sumber daya manusia rumah sakit, dan Rumah Sakit."

Medical Check Up pada umumnya diperuntukkan bagi karyawan dan calon karyawan, calon pekerja dan mahasiswa yang akan ke luar negeri sesuai persyaratan negara yang dituju, serta untuk menentukan kelayakan aplikasi bagi calon peserta asuransi. Namun pada kenyataannya banyak anggota masyarakat terutama di kota besar seperti Jakarta yang telah memiliki kesadaran untuk melakukan pemeriksaan kesehatan secara berkala.

² Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia. *Undang-undang tentang Rumah Sakit*. nomor 44 tahun 2009. Bab II, Asas dan Tujuan, pasal 3.

Pada saat ini pelanggan yang memanfaatkan pelayanan *Medical Check Up* di Rumah Sakit Siloam Kebon Jeruk berasal dari perusahaan, yaitu perusahaan-perusahaan yang mengadakan kerja sama dengan rumah sakit untuk pemeriksaan rutin bagi karyawan-karyawannya dan juga para calon karyawan serta pelanggan pribadi non perusahaan. Data yang penulis amati menunjukkan bahwa pemanfaatan unit *Medical Check Up* di Rumah Sakit Siloam Kebon Jeruk oleh pelanggan perusahaan dan pelanggan pribadi dalam tiga tahun terakhir (periode 2006-2008) mengalami fluktuasi bila dilihat dari jumlah kunjungan, sedangkan jumlah kunjungan pelanggan berdasarkan kelompok pasien, menunjukkan pelanggan perusahaan mengalami fluktuasi dengan pola yang sama seperti jumlah total pasien, sementara pelanggan pribadi mengalami penurunan.

Pelanggan pribadi merupakan individu yang potensial dalam memberikan penilaian terhadap pelayanan yang diterimanya. Pelanggan pribadi terdiri dari dua kategori yaitu yang secara rutin melakukan pemeriksaan kesehatan meskipun mungkin belum membutuhkannya dan yang tidak secara rutin. Pelanggan pribadi dalam memilih layanan *Medical Check Up* didasarkan atas usia, jenis kelamin, riwayat penyakit yang ada dalam keluarga dan faktor resiko secara pribadi.³ Melalui *Medical Check Up* dapat dideteksi secara dini kelainan-kelainan pada fungsi tubuh yang belum bermanifestasi sebagai penyakit, namun berpotensi menimbulkan penyakit dan dapat digunakan sebagai pemeriksaan rutin untuk mengontrol fungsi tubuh bagi penderita penyakit kronik seperti diabetes melitus, hipertensi, gangguan fungsi ginjal dan jantung.⁴

Setiap tahun target manajemen Rumah Sakit Siloam Kebon Jeruk untuk unit *Medical Check Up* dibuat dalam bentuk target keuangan dan target pertambahan kunjungan pelanggan di tahun berikutnya. Dari data tersebut terlihat bahwa pencapaian jumlah kunjungan pada tahun 2006 sebesar 101,82%, untuk tahun 2007 sebesar 112,27% dan tahun 2008 sebesar 96,68%. Sementara itu untuk pencapaian keuangan dalam tiga tahun pengamatan tersebut tidak memenuhi

³ Anonim. 2010. *Checking up the Medical Check Up*. www.Thebestmedicalcare.com

⁴ Anonim, 2009. *Medical Check Up*. *American Medical Association* www.healthgood.com

target. Fakta adanya ketidakstabilan jumlah kunjungan dan tidak tercapainya target keuangan menunjukkan bahwa diduga masih banyak kendala di unit *Medical Check Up* sendiri dalam mencapai tujuan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan yang memeriksakan kesehatannya di Rumah Sakit tersebut.

Dari pengamatan penulis, kendala-kendala tersebut antara lain mungkin dikarenakan masalah jasa yaitu kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan belum optimal, harga untuk paket-paket pemeriksaan yang cukup mahal, lokasi Rumah Sakit yang berada di area strategis tetapi juga padat lalu lintas sehingga menyulitkan akses, promosi yang dilakukan Rumah Sakit masih sedikit dan belum mencapai sasarannya, kurang terampilnya pegawai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, serta layanan yang terkesan lambat seperti hasil pemeriksaan kesehatan tidak tepat waktu. Dari hal-hal tersebut di atas dapat diasumsikan bahwa kemungkinan masih banyak pelanggan yang tidak setia kepada unit *Medical Check Up* di Rumah Sakit Siloam Kebon Jeruk, sehingga berpengaruh terhadap jumlah kunjungan pelanggan.

Secara internal unit *Medical Check Up* sudah memperbaiki diri dengan mengubah "desain *layout*" ruang tunggu menjadi lebih dingin dan sejuk, kursi dan sofa yang lebih nyaman, pencahayaan yang memadai dan tersedianya televisi serta majalah dan koran untuk pelanggan sambil menunggu tahap-tahap pemeriksaan, dan juga memperbaiki alur pemeriksaan sejak pelanggan mendaftarkan diri sampai selesainya pemeriksaan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka penulis akan mengkaji lebih dalam mengenai persepsi kualitas pelayanan serta karakteristik responden terutama pendidikan dan penghasilan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dengan mengambil lokasi penelitian pada unit *Medical Check Up* di Rumah Sakit Siloam Kebon Jeruk, yang selanjutnya dalam penulisan ini akan disingkat sebagai RSSKJ.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengkajian sporadis dari beberapa data sekunder, maka penulis mengidentifikasi masalah utama yaitu rendahnya tingkat loyalitas pelanggan tercermin dari menurunnya jumlah pelanggan terutama pelanggan pribadi dalam tiga tahun pengamatan (2006-2008). Masalah pokok ini berkaitan dengan masalah-masalah lain, yaitu:

1. Belum maksimalnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan *Medical Check Up* di RSSKJ, antara lain hasil pemeriksaan terkadang tidak tepat waktu, seperti pada saat diinformasikan (untuk paket besar hasil selesai pada hari ke 5, dan untuk paket kecil selesai pada hari ke 3). Selain itu pegawai/karyawan, baik tenaga medis maupun tenaga non medis, kurang terampil dalam hal komunikasi maupun keahliannya, seperti kurang jelasnya informasi oleh karyawan di bagian *front office* mengenai paket-paket yang tersedia, sistim pendaftaran dan pembayaran, keterampilan petugas laboratorium dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan perlakuan khusus, seperti yang pembuluh nadinya halus dan kecil.
2. Masih kurang atau menurunnya promosi yang dilakukan pihak rumah sakit, sehingga terjadi keterbatasan informasi pada calon pelanggan yang potensial melakukan pemeriksaan kesehatan di RSSKJ khususnya pelanggan yang berasal dari perusahaan atau lembaga swasta, baik secara perorangan ataupun kelompok.
3. Lokasi rumah sakit dengan arus lalu lintas yang padat dan seringkali banjir terutama jika musim hujan tiba, dapat menghambat atau membatalkan pelanggan datang ke RSSKJ baik yang mendaftar dengan perjanjian atau tanpa perjanjian sebelumnya. Rumah Sakit ini terletak di jalan utama bersisian dengan tol Jakarta-Merak, di wilayah Kebon Jeruk Jakarta Barat.
4. Harga/biaya pemeriksaan kesehatan yang kurang kompetitif, sehingga tidak terjangkau oleh pelanggan dari kelas menengah ke bawah.
5. Jumlah paket pemeriksaan cukup banyak sekitar 17 paket pemeriksaan, menyebabkan pelanggan kesulitan menentukan jenis paket yang akan dipilih,

walaupun tujuannya adalah memberikan alternatif pilihan sesuai kebutuhan masing-masing pelanggan.

6. Karakteristik pelanggan yang beragam, menyebabkan tingginya harapan atau tuntutan mereka terhadap pelayanan kesehatan yang terbaik dari RS dan seringkali terjadi benturan dengan sistim yang sudah ditetapkan oleh RS. Sebagai contoh: pelanggan sudah membuat perjanjian melalui telepon tetapi pada hari pelaksanaannya tetap diwajibkan untuk mendaftar ulang, hal ini seringkali membuat pelanggan tidak mau melakukan proses pendaftaran ulang tersebut.

Hal-hal seperti yang telah disebutkan itulah yang diduga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan *Medical Check Up* di RSSKJ.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan terdahulu, maka penulis hanya akan membatasi masalah yang kiranya terjangkau untuk dilakukan penelitian lebih mendalam dengan mengingat pentingnya masalah dan keterbatasan waktu dan tenaga. Adapun masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup yang diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai persepsi kualitas pelayanan, karakteristik responden, yaitu pendidikan dan penghasilan, serta loyalitas pelanggan *Medical Check Up* di RSSKJ. Karena untuk mendapatkan loyalitas pelanggan diperlukan kualitas pelayanan yang optimal, sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi peningkatan jumlah kunjungan dan sebagai bahan masukan bagi perbaikan kinerja unit *Medical Check Up* di RSSKJ di masa mendatang.

2. Variabel-variabel yang diukur pada penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan melalui dimensinya yaitu *reliability* (kehandalan), *empathy* (empati), *tangibles* (berwujud), *responsiveness* (daya tanggap) dan *assurance* (jaminan). Variabel pendidikan dan penghasilan, digunakan untuk mengetahui adakah kaitannya terhadap loyalitas pelanggan, dan variabel loyalitas pelanggan itu sendiri.

Empat variabel lainnya tidak dimasukkan dalam batasan masalah penelitian yaitu harga, dianggap bahwa pelanggan yang loyal tidak terpengaruh oleh harga yang tinggi dan lokasi RS, karena pelanggan kemungkinan besar akan tetap datang dalam situasi apapun apabila memang berniat untuk melakukan pemeriksaan kesehatan dengan atau tanpa perjanjian sebelumnya. Produk dan promosi, dianggap tidak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap loyalitas pelanggan, karena selalu ada perubahan produk dan promosi pada waktu-waktu tertentu secara berkala.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi masing-masing variabel kualitas pelayanan, pendidikan dan penghasilan serta loyalitas pelanggan *Medical Check Up* di RSSKJ?
2. Apakah ada pengaruh variabel kualitas pelayanan, pendidikan dan penghasilan terhadap loyalitas pelanggan *Medical Check Up* di RSSKJ?
3. Variabel manakah dari kualitas pelayanan, pendidikan dan penghasilan yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Medical Check Up* di RSSKJ?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis lebih lanjut:

1. Deskripsi dari masing-masing variabel kualitas pelayanan, pendidikan dan penghasilan serta loyalitas pelanggan *Medical Check Up* di RSSKJ.
2. Adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan, pendidikan dan penghasilan terhadap loyalitas pelanggan *Medical Check Up* di RSSKJ.
3. Variabel mana yang dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan *Medical Check Up* di RSSKJ.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat:

1. Bagi almamater, dapat dijadikan bahan masukan dan sumbang saran pemikiran yang membangun dalam rangka pengembangan model materi perkuliahan serta penelitian selanjutnya pada bidang studi manajemen secara umum dan khususnya manajemen kesehatan rumah sakit.
2. Bagi manajemen di RSSKJ, sebagai bahan masukan dan evaluasi atas kinerja rumah sakit yang diperoleh melalui loyalitas pelanggan dan dalam rangka pengembangan program aktifitas unit *Medical Check Up* dengan mengutamakan optimalisasi kualitas pelayanan kepada pelanggan.
3. Bagi peneliti lain, akan mendapatkan pengetahuan dan wawasan berpikir mengenai kualitas pelayanan, dan akan mengambil manfaat dari variabel lain seperti harga atau promosi, yang dalam penelitian ini tidak diteliti lebih lanjut.