

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan rumah sakit di Indonesia terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Jika dahulu rumah sakit hanya didirikan oleh badan-badan keagamaan, sosial ataupun pemerintah tetapi sekarang banyak didirikan oleh berbagai badan usaha swasta. Yang usahanya berorientasi pada laba. Banyaknya rumah sakit swasta yang berorientasi pada keuntungan, tersebut akan meningkatkan persaingan. Sehingga, meningkatkan daya saing dalam industrinya diperlukan kualitas jasa yang mengarah pada tercapainya kepuasan dan loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen dapat mengakibatkan tumbuhnya keinginan untuk melakukan pembelian ulang dan akan dengan sukarela merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, Rekomendasi kepada orang lain tersebut terjadi bukan hanya dikarenakan oleh kualitas jasa yang baik, melainkan juga karena konsumen merasakan kepuasan, apabila menggunakan barang atau jasa yang dimaksud (Babin, 2007). Kepuasan yang dirasakan konsumen secara langsung akan membuat konsumen merasa yakin bahwa perusahaan telah mampu berbuat sesuai dengan harapannya. Pada prinsipnya, perusahaan ingin berupaya menghasilkan kualitas yang baik, sehingga membuat konsumen merasa puas dan pada akhirnya berniat untuk merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain. Jadi dapat dikatakan bahwa rekomendasi dari mulut ke mulut ( *word of mouth* ) merupakan bentuk kegiatan promosi yang sangat di perlukan oleh perusahaan jasa. Karena rekomendasi tersebut adalah pencerminan dari bentuk loyalitas konsumen.

Pelayanan merupakan salah satu usaha yang dapat dijadikan dasar untuk membuat perbedaan dengan perusahaan lain. Bentuk pelayanan yang dilakukan perusahaan yang satu dapat berbeda dengan perusahaan lain. Setiap perusahaan berusaha menarik minat konsumen agar kemudian menjadi konsumen yang loyal. Kualitas layanan merupakan indikator mutu kualitas dari keberadaan jasa yang

sedang digunakan. (Kotler dan Keller 2007), menyatakan bahwa *total quality management* dapat tercapai apabila terus dilakukan pengembangan dan peningkatan kualitas secara menyeluruh. baik dari segi proses, produk maupun pelayanan. Pada intinya, perbaikan mutu secara berkala dilakukan untuk meningkatkan kualitas jasa yang lebih unggul, dari pesaing-pesaingnya untuk mengantisipasi agar perusahaan mampu bersaing dan dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Lima dimensi jasa tersebut. (Hong and Viktor 2008), adalah keberwujudan (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Kepuasan konsumen dapat tercapai bila kualitas jasa yang diharapkan sesuai dengan keinginannya. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan, pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. (Tjiptono, 2007) Jadi apabila jasa yang diterima oleh konsumen melebihi atau sama dengan harapannya, maka dapat dinyatakan jasa yang diberikan oleh penyedia jasa adalah memuaskan, demikian sebaliknya.

Konsumen mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidak puasan, setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. (Barry, 2007). Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya, bila mengkonsumsi barang atau jasa.

Faktor-faktor yang membuat perusahaan tidak mampu memberikan layanan yang diharapkan, adalah disebabkan karena lima hal yaitu (Kotler dan Keller 2007): 1). Kesenjangan pengharapan konsumen dengan persepsi manajemen, 2) Kesenjangan persepsi manajemen dengan *sfesifikasi service quality*, 3) Kesenjangan spesifikasi *service quality* dengan pemberian layanan jasa. 4). Kesenjangan pemberian layanan jasa dengan komunikasi eksternal. 5). Kesenjangan jasa yang dinikmati konsumen dengan jasa yang diharapkan.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksihesuaian, yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat. Konsumen akan membeli hanya dari satu pemasok dan menyebarkan berita yang baik tentang produk atau perusahaan melalui komunikasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas jasa dan kepuasan konsumen dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Pemasar sangat mengharapkan dapat mempertahankan konsumennya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Usaha ini akan mendatangkan sukses besar dalam jangka panjang. Konsumen yang loyal mempunyai kecenderungan untuk menganjurkan orang lain ke perusahaan dimana konsumen tersebut mendapatkan kepuasan (Browne, 1993).

Proses globalisasi telah memicu terjadinya perubahan disegala bidang termasuk bidang pelayanan kesehatan khususnya rumah sakit. Meningkatnya taraf hidup masyarakat meningkatkan harapan mereka akan layanan kesehatan. Meningkatnya harapan masyarakat tersebut menuntut manajemen rumah sakit untuk mengutamakan konsep pelayanannya pada pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Konsep bisnis layanan kesehatan masa depan cenderung memiliki karakter *technology intensive, heavy information technology, knowledge intensive, dan capital intensive*, (Ferdinan, 2002). Kondisi-kondisi tersebut merupakan tantangan bagi manajemen rumah sakit sebagai penyedia bisnis layanan kesehatan. Manajemen rumah sakit hendaknya melakukan berbagai perubahan dalam berbagai ketersediaan jenis jasa layanan, ketersediaan sumber daya manusia, mutu pelayanan maupun biaya pelayanan. Dengan demikian, dari berbagai perubahan tersebut diharapkan tercipta kepuasan konsumen rumah sakit.

Rumah Sakit Medika Permata Hijau merupakan rumah sakit yang memiliki “VISI” mewujudkan rumah sakit yang unggul dalam kualitas pelayanan yang profesional serta berpengalaman luas untuk mewujudkan Indonesia sehat. Lokasi RSMPH ini sangatlah strategis di tengah kota dimana terdapat 3 pesaing yang berada di sekitar dengan target yang kurang lebih sama, serta adanya program pemerintah

seperti BPJS, oleh karna itu distribusi pasien pun menjadi menyebar. Ditemukannya gejala dimana terdapat penurunan jumlah kunjungan rawat inap dari tahun 2012 dan tahun 2014 di RSMPH.

Tabel 1.1 Indikator Pelayanan Rawat Inap RSMPH  
Tahun 2012 s.d 2014

Bulan	2012	2013	2014
	BOR	BOR	BOR
	Jumlah	Jumlah	Jumlah
Januari	54.28	56.31	52.70
Februari	68.82	55.47	59.05
Maret	61.85	57.40	58.77
April	59.46	48.66	60.47
Mei	54.52	51.37	53.19
Juni	50.65	52.68	44.09
Juli	51.51	48.21	44.60
Agustus	46.11	48.32	51.47
September	39.42	48.95	39.71
Oktober	37.31	42.29	37.03
November	42.07	44.28	31.09
Desember	46.46	49.79	44.11
	<b>51.04</b>	<b>50.32</b>	<b>48.02</b>

Data Rekam Medis RSMPH

Berdasarkan data diatas dapat diketahui untuk pencapaian *Bed Occupancy Ratio* / BOR pada tahun 2012 sebesar 51.04 %. Pada tahun 2013 terjadi penurunan yaitu 1.5% sehingga BOR turun menjadi 50.32. Pada tahun 2014 BOR turun lagi yang cukup signifikan 20 % menjadi 40.02%. Namun demikian kinerja rumah sakit pencapaian BOR masih dibawah standar Depkes (BOR 60-80%). Hal ini menggambarkan bahwa kinerja rumah sakit Medika Permata Hijau belum optimal.

Dari data di Rekam Medis dapat diketahui juga kunjungan pasien rawat inap sebagai berikut :

Tabel 1.2  
Perbandingan Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Inap  
Pada pasien baru & pasien Lama  
2012 s.d 2014

Pasien	Tahun 2012		Tahun 2013		Tahun 2014	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Baru	2.432	4	2.333	3	2.260	
Lama	3.161	5	2.999	5	2.860	
Total	5.593	5	5.332	4	5.120	

Sumber : Rekam Medis RSMPH 2015

Dengan presentase pasien rawat Inap pasien baru dan pasien lama yang melakukan pembelian ulang di RSMPH pada tahun 2012 pasien baru: 2.432 pasien loyal : 3.161 total pasien 5.593 (-13%) , pada tahun 2013 pasien baru 2.333, pasien loyal 2.999 total pasien yang berkunjung dalam 1 tahun 5.322 (-4%), sedangkan pada tahun 2014 pasien baru yang berobat ke RSMPH 2.260, sedangkan pasien yang loyal 2.860 total keseluruhan pasien dalam 1 tahun pada tahun 2014 adalah 5.120 (-3%). Didapat pula data dari survey kepuasan pasien RSMPH tahun 2014 sebanyak 120 pasien, dimana memiliki 11 prioritas masalah, diantaranya Pendaftaran meliputi kemudahan, informasi dan kecepatan. Perawatan meliputi keramahan, sopan, dan *responsive*. Dokter meliputi profesional, penjelasan dan perhatian. Pembayaran meliputi kecepatan, penjelasan dan kemudahan dalam pembayaran. Farmasi meliputi profesional, penjelasan dan kecepatan. Laboratorium meliputi Profesional, kecepatan dan waktu tunggu. Radiologi meliputi Profesional, kecepatan dan penjelasan. Fisioterapi meliputi profesional, perhatian dan fasilitas pelayanan. Fasilitas meliputi kenyamanan, kebersihan dan suasana. Selain itu didapat pula data dari pertanyaan terbuka dimana 30% diantaranya tidak akan merekomendasikan pelayanan rumah sakit kepada keluarga atau kerabatnya.

Padatnya prioritas masalah dari hasil survei kepuasan pasien, bahkan beberapa diantaranya didapatkan pernyataan tidak akan merekomendasikan kepada

orang lain, serta terdapat penurunan kunjungan pasien setiap tahunnya tanpa diketahui penyebabnya. Oleh karena itu perlu adanya mengetahui penyebab permasalahan di atas dan ketatnya persaingan perumahan sakitan sehingga peneliti tertarik untuk mengambil penelitian ini. Peneliti akan menganalisis pengaruh kualitas dan kepuasan pasien, terhadap loyalitas pasien pada rumah sakit Medika Permata Hijau.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada penjelasan terhadap latar belakang masalah, dapat diidentifikasi, beberapa masalah sebagai berikut :

1. Persaingan rumah sakit yang berada di radius 5 km ada 3 rumah sakit yaitu,RS. Siloam kbn jeruk, RS Graha Kedoya dan RS.Sari Asih, merupakan rumah sakit pesaing atau masih kurang optimalnya pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit, karna harapan yang dimiliki pasien cenderung meningkat sejalan dengan pengalaman pasien d rumah sakit lain.
2. Data menunjukan pada tabel 1.1 penurunan pasien Rawat Inap dari tahun 2012 sampai 2014 menunjukan penurunan 3 – 13 %, sedangkan bor yang standar dari depkes jauh dengan bor yang ada di rumah sakit
3. Data yang ada pada rumah sakit, dari hasil kuesioner menunjukan sejumlah 120 responden yang menyatakan tidak akan merekomendasikan ke temen, keluarga dan kerabat sebanyak 30% Untuk itu saya ingin menguji lebih lanjut.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka pertanyaan penelitian yang dapat diungkapkan adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien ?
2. Apakah Kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien ?
3. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien
2. Menguji pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap bahwa dengan adanya penelitian ini dapat membawa manfaat kepada beberapa pihak sebagai berikut:

- 1) Bagi akademisi.

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan selanjutnya, dan memberikan gagasan kepada pihak akademisi untuk dapat lebih lanjut menelaah tentang perkembangan pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan.

- 2) Bagi perusahaan

Dapat menjadi tambahan informasi pihak manajemen khususnya bidang pemasaran, dan menjadi bahan pertimbangan faktor-faktor apa saja yang perlu diperhatikan dalam penerapan pelayanan pasien serta dampaknya terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan.

- 3) Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis dibidang pemasaran, melatih cara berpikir yang kritis dan sistematis dalam menyelesaikan masalah, dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah didapat untuk penelitian yang akan datang.