

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dalam sepuluh tahun terakhir bisnis rumah sakit swasta di Indonesia telah berkembang sangat pesat. Di kota-kota besar sehingga ke pelosok daerah bermunculan berbagai rumah sakit swasta; ada yang bersifat individual, rumah sakit jaringan, hingga rumah sakit yang berlabel internasional.

Dalam hal publikasi, dulu sangat jarang kita temukan suatu rumah sakit yang melakukan kegiatan promosi dimedia massa. Sekarang, rumah sakit besar di jakarta dan beberapa rumah sakit swasta lain di ibukota propinsi benar-benar memanfaatkan media cetak, radio dan televisi sebagai sarana promosi mereka.

Fenomena ini merupakan bahwa persaingan usaha telah menambah hingga ke jasa kesehatan, khususnya bisnis rumah sakit swasta. Dewasa ini memang hampir tidak ada produk yang beredar dipasar tanpa adanya produk kompetitor, termasuk juga jasa kesehatan seperti rumah sakit.

Persaingan ketat telah mendorong rumah sakit yang ada mau tidak mau saling berlomba untuk menjadi yang terbaik, terutama rumah-rumah sakit swasta yang berada di kota besar. Semua itu dalam rangka mendapatkan loyalitas pasien, target yang selalu ingin dicapai oleh setiap rumah sakit. Banyak penelitian menunjukkan bahwa biaya untuk menarik satu pelanggan baru jauh lebih mahal dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan lama.

Salah satu tolak ukur loyalitas pasien dicerminkan oleh frekuensi pembelian ulang (*repeat purchase*). Semakin tinggi frekuensi pembelian ulang seseorang pelanggan menunjukkan semakin tingginya tingkat loyalitas pasien tersebut. Namun, ada juga pembelian ulang yang ternyata tidak diarahkan oleh sikap kuat tetapi hanya oleh kebutuhan situasional. Kondisi ini disebut sebagai “loyalitas semu” (*spurious loyalty*).

Di rumah sakit, pembelian ulang ternyata tidak hanya didasari oleh tingkat kepuasan pasien, namun juga dipengaruhi oleh banyak faktor. Sering terjadi, kepuasan pasien terhadap layanan rumah sakit belum menjamin adanya pembelian ulang dari pasien tersebut. Demikian pula sebaliknya, pasien yang tidak puas terhadap layanan suatu rumah sakit tidak begitu saja pindah berobat ke rumah sakit lain. Pasien yang tidak puas, ada yang tetap berobat kembali ke rumah sakit tersebut ketika sakit lagi.

Bila ada faktor yang menghambat seseorang pasien yang tidak puas untuk beralih ke rumah sakit lain, dikatakan bahwa pasien tersebut memiliki hambatan pindah (*switching barrier*). Hambatan pindah mengacu pada tingkat kesulitan pasien untuk berpindah ke penyedia jasa lain, yang umumnya berupa kendala finansial, sosial, dan psikologis.<sup>1</sup>

Semakin tinggi hambatan pindah yang dimiliki seorang pasien, maka semakin sulit pasien tersebut beralih ke rumah sakit lain. Akibatnya, menciptakan hambatan pindah yang tinggi dapat menjadi salah satu strategi bagi suatu rumah sakit untuk mempertahankan pasien.

---

<sup>1</sup> Jones, M.A, Motherbaugh, D.L., dan Betty, S.E., “Switching Barriers and Repurchase Intention in Service”, *Journal of Retailing*, 76(2), 259-272, 2000.

Loyalitas pasien di suatu rumah sakit dibangun berdasarkan keterkaitan yang sangat erat antara beberapa faktor, di antaranya adalah faktor keterikatan (*attachment*) yang ditentukan oleh tingkat preferensi pasien terhadap rumah sakit dan diperensiasi jasa yang dimiliki, serta faktor hambatan pindah yang mungkin dimiliki oleh rumah sakit tersebut.

Teori diatas menjelaskan bahwa loyalitas pasien baru terbentuk jika pasien memiliki kemauan dan kesediaan dikarenakan pasien merasakan kepuasan terhadap jasa yang diterimanya. Hal itu menyebabkan pasien menggunakan jasa yang sama secara terus menerus membuat pasien ingin mengungkapkan kepuasannya kepada orang lain terhadap jasa yang telah diberikan sehingga menumbuhkan rasa percaya terhadap jasa rumah sakit.

Teori lain menyatakan bahwa loyalitas merupakan keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Sejalan dengan teori diatas, loyalitas merupakan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dengan jangka panjang dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif dengan sukarela merekomendasikan produk suatu perusahaan atau sebuah instansi tersebut kepada teman-temannya dan rekan-rekannya.<sup>2</sup>

Teori ini menjelaskan bahwa Loyalitas adalah bentuk dari kesediaan pelanggannya untuk tetap berlangganan, maksud dari berlangganan adalah tetap membeli dan menggunakan produk berupa barang atau jasa yang sama secara terus menerus dilakukan sepanjang pelanggan itu membutuhkan produk atau

---

<sup>2</sup> Christopher H. Havelock, Luran K. Wright, Manajemen Pemasaran Jasa, (Jakarta: Indeks, 2002) hal.133

jasanya, bahkan pelanggan dapat membuat member card sebagai bentuk kesetiaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diterimanya.

Dari uraian di atas maka dapat ditarik kesimpulan yang dimaksud dengan loyalitas adalah kesediaan pelanggan untuk menggunakan suatu produk atau jasa yang sama secara berkelanjutan dalam waktu yang panjang, menggunakan jasa yang sama secara berulang dan membuat komitmen untuk menggunakan jasa lagi bila membutuhkan sehingga dapat merekomendasikannya secara positif kepada orang terdekatnya.

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 2010. Pada awalnya sistem nilai rumah sakit terutama berfungsi sosial kemudian terjadi perubahan nilai-nilai tersebut dari fungsi sosial menjadi usaha bisnis yang surplus, "*profit making*" sehingga dari operasionalnya dapat dilakukan renovasi, reinvestasi, pengadaan peralatan modern, pengembangan sumber daya manusia secara berkesinambungan serta memiliki kapasitas tempat tidur sebanyak 92 bed. Indikator pelayanan RS Medika Permata Hijau pada tahun 2007 dengan BOR, 61.82, LOS 3.03, TOI, 2.90, BTO, 4.6, pada tahun 2008 BOR, 51.22, LOS, 3.49, TOI, 3.30, BTO, 4.5, sedangkan pada tahun 2009 BOR mencapai 53.37, LOS, 3.40, TOI, 3.16, dan BTO, 4.67. Jumlah pasien rawat jalan pada bulan oktober 2010 Total 7.568 (302.72), pasien baru 1.491(59.64) dan pasien lama 6.077 (243.08). Alasan kenapa rawat inap yang diambil dalam penelitian ini, karna fungsi utama rumah sakit adalah merawat pasien dan

keberadaan pasien rawat inap relatif lebih lama merasa dilayani di rumah sakit sehingga berdampak pada yang real dilayani di rumah sakit.

Berdasarkan data persentase penggunaan tempat tidur rumah sakit di ketahui tahun 2007 mengalami penurunan sekitar 10% dari tahun 2007 ke 2008 walaupun pada tahun 2009 mengalami peningkatan hanya 2% dari tahun 2008, 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.

Data ini menunjukkan penurunan yang sangat signifikan ditambah lagi dengan hasil pengukuran terhadap ketidak puasan pasien yang dilakukan setiap tri wulan diperoleh data pada triwulan I tahun 2010 adalah 40%, ke II 25,4%, ke III 30,3%.

Menurut Leboeuf, penurunan jumlah kunjungan pelanggan lama disebabkan; 3% karena pindah tempat tinggal, 5% karena menemukan persahabatan baru di perusahaan lain, 9% karena bujukan pesaing, 14% karena merasa tidak puas dan 68% karena sikap masa bodoh atau tidak perhatian yang diperlihatkan oleh pemilik, manajer atau karyawan.<sup>3</sup>

## **B. Identifikasi Masalah**

Kepuasan pasien dipengaruhi oleh berbagai hal yang menurut Hazberg dibedakan atas faktor internal dan faktor eksternal berdasarkan latar belakang masalahnya maka sebagai identifikasi masalahnya dinyatakan sebagai berikut :

---

<sup>3</sup> Lela,MM,and sheth,JN,Pelanggan Kunci Keberhasilan, Penerbit Mitra Utama, Jakarta, 1995

1. Tuntutan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan yang berkualitas semakin meningkat karena perkembangan ilmu dan teknologi.
2. Masalah kepuasan dan ketidakpuasan cenderung bersifat relatif tergantung karakteristik pasien dan lingkungan kerjanya.
3. Pelayanan kesehatan di rumah sakit di keluhkan pasien masih belum optimal dilakukan.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka sebagai batasan masalah penelitian ini adalah hubungan kepuasan dengan loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Medika Permata Hijau Jakarta Barat.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini yaitu apakah ada hubungan kepuasan dengan loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Medika Permata Hijau Jakarta Barat.

### **E. Tujuan Penelitian**

#### **1. Tujuan Umum**

Mengetahui hubungan kepuasan dengan loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Medika Permata Hijau, Jakarta Barat.

#### **2. Tujuan Khusus**

- a. Mengukur kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Medika Permata Hijau.
- b. Mengukur tingkat loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Medika Permata Hijau.
- c. Menganalisa hubungan kepuasan dengan loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Medika Permata Hijau.

## **F. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti
  - a. Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui tingkat loyalitas pasien, tingkat kepuasan serta harapan pasien terhadap pelayanan di Rumah Sakit Medika Permata Hijau tahun 2011.
  - b. Dapat digunakan sebagai acuan untuk mengembangkan pelayanan di Rumah Sakit Medika Permata Hijau dalam rangka meningkatkan loyalitas dan jumlah pelanggan (BOR) rawat inap.
  - c. Dapat digunakan sebagai dasar dalam penentuan rencana strategi pemasaran.
2. Bagi Rumah Sakit Medika Permata Hijau

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi bagi para *stake holder* di Rumah Sakit Medika Permata Hijau untuk menumbuhkan kepercayaan kepada para pelanggan sehingga menimbulkan kepuasan bagi pelanggannya.
3. Bagi FIKES Esa Unggul

Menambah informasi dalam pengembangan ilmu di bidang marketing rumah sakit serta hubungan kepuasan dengan loyalitas pasien rawat inap yang nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca.