

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri jasa telah mengalami kemajuan pesat dengan persaingan yang kompetitif. Pelayanan yang diberikan antara satu penyedia jasa dengan penyedia jasa lainnya sangatlah beragam sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Salah satu industri jasa yang berkembang dengan cepat saat ini adalah industri jasa rumah sakit.

Rumah sakit merupakan suatu organisasi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan. Perkembangan zaman yang semakin kompetitif di lingkungan bisnis dan perubahan standar hidup masyarakat telah mengubah pola pikir mereka dalam memilih dan memberikan penilaian terhadap suatu jasa pelayanan rumah sakit. Perubahan cara pandang tersebut menuntut rumah sakit untuk menjaga kualitas pelayanannya terhadap pengguna jasa agar selalu bertambah baik dan akhirnya tujuan organisasi dalam melakukan pelayanan yang baik dan berkualitas dapat terwujud.

Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga menyediakan jasa untuk memanjakan pelanggan atau konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari

perusahaan yang dapat memberikan pelayanan terbaik kepadanya” (Puspita, 2009:2).

Pasien mengharapkan untuk memperoleh pelayanan yang maksimal dari para penyedia jasa dengan menyediakan *service* yang memuaskan harapan mereka serta perlunya membangun hubungan interpersonal yang akan berpengaruh terhadap pencitraan rumah sakit tersebut. Secara interen keberhasilan membangun hubungan interpersonal (berkomunikasi yang baik) dapat menjadi salah satu tahap atau cara penyelesaian konflik yang mungkin timbul akibat kompleksitas manajemen rumah sakit, siklus hidup organisasi ini kemudian digunakan juga untuk mengidentifikasi tahap perkembangan organisasi, dan ruang lingkupnya hampir sepenuhnya ditentukan oleh teknik-teknik komunikasi. Dalam manajemen organisasi, komunikasi diletakkan dalam bagian yang diberi nama *public relations* atau Hubungan Masyarakat (Humas) (Iriantara, 2007: 17).

Menurut Frank Jefkins, humas merupakan semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins, 2003:10). Dengan demikian, humas merupakan bentuk komunikasi untuk menciptakan pengertian publik, terhadap individu atau organisasi, dengan tujuan untuk memperoleh dukungan publik atas seluruh aktivitas atau kegiatan yang dilakukan individu atau organisasi tersebut.

Kepercayaan masyarakat akan timbul dan tidak lepas dari pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit. Oleh karena itu, humas harus mengetahui segala sesuatu yang terjadi dalam masyarakat baik itu mengenai keluhan masyarakat

terhadap pelayanan dari perusahaan, masalah produk yang ditawarkan maupun peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitar, sehingga perusahaan dapat membuat rencana dalam bentuk program-program untuk memberikan bantuan kepada masyarakat sebagai tanda kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Dalam lingkup eksternal rumah sakit, humas dilakukan untuk menciptakan hubungan - hubungan yang sehat, selaras dan harmonis sehingga dapat memberikan kesan-kesan yang menyenangkan dan dapat pula menimbulkan opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup rumah sakit.

Hampir setiap instansi atau perusahaan mempunyai divisi humas atau *public relations*, peran *public relations* mempunyai peranan ganda, di satu pihak berupaya menjaga citra, baik terhadap lembaga atau organisasi yang diwakilinya. Disamping itu menjaga kondisi kerja di perusahaannya agar tidak tercipta masalah atau krisis internal. Pembentukan citra yang baik akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Dengan adanya citra yang baik diharapkan dapat menarik konsumen lebih banyak untuk memilih pelayanan yang disediakan oleh RS. Anak dan Bunda Harapan Kita. Maka dari itu peranan *customer service* sangatlah penting. Agar dapat menciptakan image yang baik kepada konsumen ketika pertama kali datang ke rumah sakit. Pengertian citra atau image adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Karena citra merupakan salah satu asset terpenting dari suatu perusahaan terutama di rumah sakit.

Rumah Sakit Anak dan Bunda (RSAB) ini merupakan Rumah Sakit Negeri kelas A yang mampu memberikan pelayanan kedokteran spesialis dan subspecialis dan merupakan Rumah Sakit rujukan tertinggi atau disebut pula

sebagai rumah sakit pusat untuk beberapa pelayanan. RSAB Harapan kita juga merupakan rumah sakit yang kerap memberikan layanan terbaik bagi Anak dan Bunda, RSAB Harapan Kita telah memperoleh berbagai penghargaan maupun akreditasi yang mendukung eksistensinya. Kecakapan dan keahlian dalam menangani setiap pasien dalam memberikan informasi tidak terlepas dari standar operasional yang ada serta, para petugas yang memberikan pelayanan dengan optimal dan prima.

Dalam memberikan pelayanan yang optimal dan prima Rumah Sakit Anak dan Bunda Harapan Kita ini memiliki badan pengelolaan urusan humas dan pengelolaan urusan pelayanan pelanggan, yang masing-masing bagian mempunyai tugas dan fungsinya tersendiri dalam memberikan suatu pelayanan. Dalam struktur organisasi pengelolaan urusan pelanggan terdapat tiga bagian yaitu *customer service*, pelayanan pelanggan, dan PPK (Pendidikan Pasien dan Keluarga). Dari tiga bagian ini yang sangat berkaitan dalam memberikan pelayanan berupa informasi tentang Rumah Sakit kepada pelanggan adalah *customer service*.

Customer service merupakan ilmu sekaligus seni dalam melayani orang lain/pelanggan sebagai ujung tombak perusahaan yang berada di garis paling depan, yang secara fungsional berada di semua lini, baik di tahap sebelum, selama, maupun sesudah dalam kegiatan produksi maupun nonproduksi suatu perusahaan. (Majid, 2009). Seorang *customer service* juga harus mempunyai kepedulian yang tinggi, berwawasan luas, mempunyai kepekaan yang tinggi, kesabaran dan cekatan. *Customer service* juga berperan dalam penanganan krisis di perusahaan dan *customer service* merupakan ujung tombak dalam penanganan

krisis dalam perusahaan. Lewat penyampaian informasi yang benar, dan pelayanan yang bagus maka krisis atau masalah dari eksternal dapat diatasi. Dengan pelayanan *customer service* yang baik tidak mustahil akan membantu meningkatkan penjualan atau pemasaran jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu peran dari *customer service* ini sangat penting dalam suatu Rumah Sakit.

Berdasarkan latar belakang ini, maka penulis tertarik untuk mengetahui “Gambaran Kegiatan *Customer Service* di Instalasi Humas dan Pelayanan Pelanggan RSAB Harapan Kita”.

1.2 Tujuan Umum

Mengetahui gambaran kegiatan *Customer Service* di Instalasi Humas dan Pelayanan Pelanggan RSAB Harapan Kita

1.3 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui peranan pelayanan pelanggan khususnya *Customer service* dalam menjalankan tugas dan fungsinya di RSAB Harapan Kita
- b. Mengetahui mengenai SOP (Standar Operasional Procedur) dalam pelaksanaan pelayanan *Customer Service* di Instalasi Humas dan Pelayanan Pelanggan RSAB Harapan Kita
- c. Mengetahui laporan kegiatan *Customer Service* di Instalasi Humas dan Pelayanan Pelanggan RSAB Harapan Kita

1.4 Manfaat

1.4.1 Bagi Rumah Sakit

- a. Dapat mengembangkan kemitraan dengan fakultas dan institusi lain yang terlibat
- b. Hasil magang yang ada dapat menjadi temuan untuk dapat memberikan gambaran atau informasi bagi kegiatan *customer service* selanjutnya.

1.4.2 Bagi Fakultas

- a. Terbinanya hubungan antara fakultas dengan instansi/lembaga yang dijadikan sebagai lahan magang oleh mahasiswa
- b. Hasil magang ini dapat dijadikan tambahan pustaka untuk fakultas khususnya mengenai gambaran kegiatan *Customer service* di Instalasi Humas dan Pelayanan Pelanggan RSAB Harapan Kita

1.4.3 Bagi Peserta Magang

- a. Mendapatkan tambahan wawasan dan pengetahuan serta pengalaman bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama pendidikan secara langsung di lapangan.
- b. Mendapatkan gambaran berbagai permasalahan nyata di dunia kerja serta dapat mengetahui proses penyelesaian suatu masalah yang terdapat di Rumah Sakit Anak dan Bunda Harapan Kita