

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini industri jasa berkembang dengan sangat cepat sekali, salah satu diantaranya di bidang jasa kesehatan seperti rumah sakit. Persaingan yang terjadi di bidang industri ini sangat kompetitif sehingga menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang diharapkan konsumen.

Rumah sakit merupakan sebuah perusahaan yang memberikan jasa pengobatan kepada konsumennya. Sehingga kualitas pelayanan merupakan hal utama yang perlu mendapatkan perhatian oleh pihak manajemen rumah sakit dalam mengelola perusahaan. Dalam fungsinya melayani orang banyak rumah sakit harus terus berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya, sebab pada saat ini kunci pokok untuk dapat meningkatkan daya saing dari perusahaan adalah kualitas.

Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul merupakan salah satu dari jasa-jasa rumah sakit yang banyak terdapat di Yogyakarta, sebagai perusahaan yang berorientasikan konsumen perusahaan perlu memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. Berkualitas demi pencapaian kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dari perusahaan, agar perusahaan dapat terus

berkembang dan semakin mampu bersaing dengan suatu usaha sejenis dari perusahaan lain. Selain itu kepuasan yang dirasakan konsumen dari pelayanan yang diberikan akan menumbuhkan sikap loyal konsumen kepada perusahaan.

Menurut **Philip Kotler** (1990) bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antar kinerja yang dirasakan oleh harapan. Jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas dan jika kinerja yang diharapkan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dalam Tjiptono, 1997) mengidentifikasi lima dimensi pokok yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada adanya perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu, *responsiveness, reliability, assurance, empathy dan tangibles*. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah suatu kebijakan untuk membantu memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. *Reliability* (kehandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. *Assurance* (jaminan) adalah suatu pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. *Empathy* (perhatian) dimana perusahaan berkemampuan untuk memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi

kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan pelanggan. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu penampilan fasilitas fisik, seperti pemeliharaan fasilitas dan peralatan, lingkungan yang bersih.

Pentingnya kualitas pelayanan bagi sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa membuat peneliti tertarik untuk mengangkatnya menjadi sebuah topik penelitian. Pada penelitian ini peneliti mengambil judul “ ***Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul*** ”.

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Sri Hadiati (2003) dengan judul “ *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Widyana Malang* “. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Widyana Malang terhadap nasabahnya sudah baik. Hal itu ditunjukkan oleh penilaian nasabah terhadap *reliability, assurance, tangible, empathy dan responsiveness* yang sebagian besar merasa puas, bahkan ada variabel tertentu yang sangat memuaskan nasabah seperti *assurance* dalam hal petugas berpenampilan menarik dan cakap serta pelayanan sopan, ramah, dan tidak ragu-ragu. Serta *responsiveness* dalam hal pelayanan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah.

B. Batasan Masalah Penelitian

1. Obyek penelitian ini adalah RSUD Muhammadiyah Bantul
-

2. Responden yang menjadi subyek penelitian adalah pasien yang sedang rawat inap, yang pernah rawat inap dan Pasien rawat jalan . Dengan ketentuan tersebut responden diharapkan dapat memberikan penilaian atas kualitas pelayanan jasa yang diterima selama berada di Rumah Sakit.
3. Variabel penelitian yang akan diteliti adalah kepuasan konsumen dan lima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh **Zeithaml et al** (dalam Sri,2003) meliputi *reliability, responsiveness, empathy, assurance, tangible*.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang menjadi pokok penelitian :

1. Apakah faktor dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *responsiveness, reliability, assurance empathy dan tangible* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul ?
2. Faktor apakah yang paling berpengaruh signifikan dari dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis variabel *responsiveness, assurance, reliability, empathy dan tangible*, apakah secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan
-

konsumen pada RSUD Muhammadiyah Bantul.

2. Untuk mengidentifikasi faktor apa yang paling berpengaruh secara signifikan dari dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Bantul

E. Manfaat Penelitian

1. Bidang Praktik

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan supaya dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sesuai dengan harapannya.

2. Bidang Teori

Dapat digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang di dapat di bangku kuliah dan untuk menambah pengalaman dalam bidang penelitian, khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
