

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan rumah sakit saat ini mengalami transformasi besar. Pada masa sekarang rumah sakit sedang berada dalam suasana global dan kompetitif, termasuk bersaing dengan pelayanan kesehatan alternatif seperti dukun dan tabib. Pada keadaan demikian pelayanan rumah sakit sebaiknya dikelola dengan dasar konsep manajemen yang mempunyai etika. Tanpa konsep manajemen yang jelas, perkembangan rumah sakit akan berjalan lambat (Trisnantoro, 2006)

RS PKU Muhammadiyah Bantul sebagai salah satu RS tujuan masyarakat Bantul berawal dari balai pengobatan dan rumah bersalin. RS PKU Muhammadiyah Bantul sebagai salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan secara otomatis membutuhkan pengelolaan manajemen mutu yang baik untuk berbagai unit usahanya. Unit usaha yang ada di RS PKU Muhammadiyah Bantul antara lain unit rawat jalan yang terdiri dari UGD dan poliklinik, unit rawat inap, unit gizi, unit radiologi, unit penunjang (laboratorium), unit kamar bedah, dan unit ICU (RS PKU Muhammadiyah Bantul, 2009).

RS PKU Muhammadiyah Bantul adalah sebuah rumah sakit swasta yang sedang berkembang. Untuk terus berkembang RS PKU Muhammadiyah Bantul memerlukan konsumen yang loyal terhadap jasa pelayanan kesehatan di rumah sakit ini. Berdasarkan hasil survey RS PKU Muhammadiyah Bantul, setiap tahunnya jumlah pasien rawat jalan terus meningkat. Terhitung dari tahun 2007 sebanyak

36.682 meningkat menjadi 43.498 pada tahun 2008 dan sejak bulan Januari sampai November tahun 2009 sebanyak 61.254 untuk pasien lama dan 14.455 pasien baru (RS PKU Muhammadiyah Bantul, 2009). Untuk dapat terus mempertahankan peningkatan jumlah pengunjung seperti tahun-tahun sebelumnya, RS PKU Muhammadiyah Bantul harus senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya agar pelanggan menjadi loyal.

Konsep mengenai loyalitas merupakan suatu konsep lama dalam kajian pemasaran dan selalu berkembang dengan berbagai varian. Loyalitas adalah sebagai salah satu bentuk dari sikap seperti kecenderungan berperilaku (*behavioral intention*) dan *propensity* (Dick, *et al*, 1994), dan ada pula yang menyebutnya sebagai *repurchase behavior* (Sharp, *et al*, 1997). Loyalitas dalam pemasaran jasa sering dikaitkan dengan tingkat kepercayaan konsumen (*trust*) dan tingkat komitmennya. Loyalitas merupakan variabel hasil/*outcome* (Morgan, *et al*, 1994). Di RS PKU Muhammadiyah Bantul sendiri, masalah loyalitas pelanggan belum pernah diteliti sebelumnya. Padahal mengetahui apakah pelanggan sudah loyal atau belum adalah penting dalam kelangsungan suatu proses bisnis.

Dalam kegiatan usahanya terutama yang akan disorot unit rawat jalan (poliklinik) terdapat permasalahan yang perlu diangkat seperti yang dikeluhkan oleh pihak manajemen. Dari data kritik dan masukan konsumen dalam tiga bulan terakhir selalu ada konsumen yang memberikan kritikan baik yang positif maupun negatif menyoroti pelayanan rawat jalan (poliklinik). Pada bulan September 2009, dari total 29 kritik dan saran yang masuk terdapat tiga masukan yang ditujukan untuk poliklinik. Kritik tersebut antara lain menyatakan:

- Pelayanan kurang tepat waktu (kehadiran dokter) untuk poli urologi, poli dalam, kebidanan, anak
- Poli obsgyn mohon dipisahkan dengan poli lain karena pada prinsipnya ibu hamil bukan orang sakit, tetapi apabila dicampur maka bisa jadi saat kontrol justru ketularan penyakit pasien lain. Dan secara psikis ibu hamil melihat orang sakit berbagai macam poli maka akan membawa dampak baginya
- Ditertibkan lagi jam praktek dokter di RS PKU Muh Bantul

Pada bulan berikutnya ada lima masukan yang ditujukan kepada poliklinik dari sebanyak 49 kritik dan saran yang diterima oleh rumah sakit. Kritik tersebut antara lain menyatakan:

- Kami sangat percaya akan SDM yang dimiliki baik dokter, perawat atau petugas yang ada di RS PKU Muhammadiyah ini. Tolong agak dibenahi mengenai jadwal khususnya dipoliklinik. Agar dari dokter ke perawat dan dari perawat ke pasien untuk pemberitahuan apabila ada sesuatu hal yang menyangkut kedatangan dokter
- Pelayanan kurang berkenan waktu kontrol yang seharusnya jadwal jam 9 tapi sampai jam 10 dr. Agung belum rawuh
- Dokter mohon tepat waktu
- Perawat poli mohon lebih ramah. OK!!!
- Poli obsgyn, poli anak penentuan urutan pasien bikin jengkel

Pada bulan November 2009 dari 50 kritik dan saran tiga diantaranya ditujukan kepada unit poliklinik. Kritik tersebut antara lain menyatakan:

- Hari ini rabu tanggal 26 November 2009, saya mau periksa penyakit dalam dr. Mardi di jadwal jam 09.00 tetapi sampai pukul 10.15 dr. Mardi belum datang

Terus ada info dari perawat bahwa dr. Mardi tidak bisa datang, padahal banyak pasien sudah menunggu. Tolong jam praktek dipatuhi, kalau emang tidak bisa datang atau praktek beri kabar sebelum jam praktek jadi pasien tidak nunggu lama tanpa kabar

- Rata-rata pelayanan bagus. Untuk pelayanan dokter spesialis perlu dijaga agar dokter selalu ada sesuai jadwal. Jangan serta merta meralat jadwalnya. Saya sudah pernah janjiin periksa mata, tahu-tahu cuma diberi tahu dokter spesialis mata tidak bisa hadir. Tanpa ada jadwal pengganti. Tanya alamat dokter mata terdekat dibagian informasi tidak ada yang tahu
- Dokter spesialis yang ada dipoli kurang tepat dengan daftar jam yang telah ditentukan. Sering molor datangnya. Jadi pasien terlalu menunggu. Mohon dibenahi

Selain masalah keterlambatan dokter, ada juga masalah lain yang tergambar dari beberapa kritikan yang masuk. Suatu usaha jasa diperlukan adanya sistem yang melibatkan konsumen agar usaha tersebut lebih mengetahui keinginan konsumen dan memajukan kinerja serta keunggulan perusahaan. Untuk itu perusahaan perlu melakukan penilaian tentang kualitas jasa yang didasarkan atas lima dimensi kualitas jasa dan pelayanan seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman, *et al* (1985), yaitu bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Atribut-atribut kualitas jasa tersebut dapat dijabarkan dengan cara dimodifikasi sesuai dengan jenis usaha dan industri yang diteliti untuk kemudian dijadikan kriteria-kriteria penelitian bagi konsumen terhadap kinerja perusahaan

Dimensi *tangibles* meliputi fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan pekerja. Dimensi *reliability* meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Dimensi *responsiveness* meliputi keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat. Dimensi *assurance* meliputi pengetahuan dan sopan santun pegawai dan kemampuannya untuk menciptakan kepercayaan pelanggan. Dimensi *emphaty* meliputi perhatian yang bersifat individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya (Parasuraman, *et al*, 1985). Adapun jenis perusahaan jasa yang diteliti kali ini adalah rumah sakit.

Dari latar belakang itulah penulis memutuskan bahwa penting sekali penelitian ini dilakukan sehingga penulis mengajukan usulan penelitian tentang **“Analisis pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen pada unit rawat jalan (poliklinik) RS PKU Muhammadiyah Bantul”**

B. Lingkup Penelitian

Lingkup penelitian ini meliputi seluruh pengguna jasa pelayanan kesehatan di poliklinik RS PKU Muhammadiyah Bantul yang sudah melakukan kunjungan minimal dua kali. Mengingat keterbatasan waktu dan kemampuan yang ada, maka penulis membatasi subjek penelitian yaitu pengguna jasa poliklinik yang pada saat itu menggunakan jasa pelayanan kesehatan di poliklinik RS PKU Muhammadiyah

C. Rumusan Masalah Penelitian

Sejalan dengan latar belakang masalah yang ada, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas jasa yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen pada jasa pelayanan kesehatan khususnya poliklinik?
2. Apakah variabel bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada jasa pelayanan kesehatan khususnya poliklinik?
3. Apakah RS PKU Muhammadiyah Bantul memiliki pelanggan yang loyal?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui apakah jasa pelayanan kesehatan yang diterima sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) secara parsial maupun secara simultan terhadap loyalitas konsumen jasa pelayanan kesehatan khususnya poliklinik
3. Untuk mengetahui seberapa loyal pelanggan di RS PKU Muhammadiyah Bantul

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat dikategorikan sebagai manfaat yang bersifat akademis dan manfaat yang bersifat praktis.

1. Manfaat Akademis

- a. Dapat menerapkan dan menggunakan konsep-konsep ilmu pengetahuan, khususnya dalam pemasaran serta kemampuan penulisan dan pemaparan hasil-hasil kajian ilmiah.
- b. Sebagai sarana praktis untuk menangani permasalahan dunia usaha berdasarkan kajian ilmiah.
- c. Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam bidang pemasaran terutama dalam bidang pemasaran jasa, disamping melengkapi kajian-kajian dan penelitian-penelitian yang sudah ada.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat memberikan masukan informasi kepada RS PKU Muhammadiyah Bantul untuk meningkatkan daya saing usaha dalam bidang jasa pelayanan kesehatan khususnya dan usaha pelayanan jasa pada umumnya.
- b. Dapat memberikan manfaat terhadap perencanaan dan penyusunan strategi bagi peningkatan kualitas pelayanan pada khususnya dan peningkatan pengembangan RS PKU Muhammadiyah Bantul pada umumnya