

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rumah sakit (RS) menjadi ujung tombak pembangunan dan pelayanan kesehatan masyarakat, namun tidak semua rumah sakit yang ada di Indonesia memiliki standar pelayanan dan kualitas yang sama. Semakin banyaknya rumah sakit di Indonesia, serta semakin tingginya tuntutan masyarakat akan fasilitas kesehatan yang berkualitas dan terjangkau membuat rumah sakit harus berupaya agar tetap survive di tengah persaingan yang semakin ketat sekaligus memenuhi tuntutan-tuntunan tersebut (Trisnantoro, 2005).

Sebagian besar rumah sakit swasta yang berorientasi di kota-kota besar lebih berorientasi ke aspek bisnis (*profit oriented*), terutama untuk rumah sakit swasta papan atas yang sarat dengan persaingan dalam kualitas pelayanannya. Bahkan tarif RS yang mahal ternyata tidak menyurutkan minat pengguna. Ini dikarenakan rumah sakit tersebut berusaha menjunjung tinggi kualitas pelayanan, membangun citra yang baik dan berorientasi kepada kepuasan pasien, yang dikenal dengan pelayanan prima. Pelayanan prima adalah pelayanan kepada pasien yang berdasarkan standar kualitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasien sehingga pasien memperoleh kepuasan yang akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan kepada RS (Sujudi, 2000).

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk

menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan (dalam hal ini rumah sakit) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Atmawati dan Wahyudin,2007).

Selain selalu menjunjung tinggi kualitas pelayanan, salah satu upaya rumah sakit membentuk kepuasan pelanggan adalah dengan membangun citra merek yang kuat dimana rumah sakit dituntut untuk selalu memperhatikan citra merek yang dimilikinya untuk mendapatkan posisi teratas dalam benak pelanggan.

Kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2005). Kepuasan pasien adalah kebutuhan mendasar bagi penyedia layanan kesehatan. Kepuasan itu penting, ketika pasien sendiri mencari jasa layanan kesehatan maka kepuasan akan menjadi patokan untuk keputusan pembelian dimasa yang akan datang (Woodside et all, 2000).

Sejalan dengan perkembangan dan persaingan rumah sakit yang ada, pada akhirnya kepuasan pelanggan saja tidak cukup. Hal ini karena kualitas pelayanan yang baik dari rumah sakit akan menciptakan kepuasan pada pemakai jasa suatu rumah sakit. Adanya loyalitas dari pemakai jasa rumah sakit maka hal ini sangat menguntungkan bagi rumah sakit. Penelitian empiris membuktikan bahwa kepuasan pelanggan saja tidak cukup membuat pelanggan loyal terhadap suatu produk (Oliver, 1999).

Terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Menurut Oliver tahun 1999, loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Hurriyati, 2005). Disini, loyalitas pasien merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pasien dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan kesehatan yang diberikan pihak rumah sakit.

Loyalitas merupakan bukti dari konsumen bahwa mereka memiliki kekuatan dan sikap positif atas organisasi tersebut. Konsumen akan selalu memilih jasa pelayanan kesehatan atau rumah sakit yang sesuai dengan yang diinginkannya, apabila rumah sakit tersebut dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya, maka konsumen (pasien) akan memiliki suatu ingatan yang dalam terhadap jasa pelayanan rumah sakit tersebut dan kemudian akan timbul semacam kesetiaan konsumen (pasien). Loyalitas pasien sangat menguntungkan pihak rumah sakit karena biaya yang dibutuhkan untuk mempertahankan pelanggan yang royal jauh lebih sedikit dibandingkan biaya yang diperlukan untuk menarik pelanggan yang baru (Kotler, 2003).

Andreassen dan Lindstad (1998) menjelaskan pengaruh variabel citra, nilai kualitas dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil

penelitiannya menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kepuasan pelanggan adalah dua variabel penting bagi loyalitas pelanggan.

Visi dari RS PKU Bantul adalah terwujudnya Rumah Sakit Islami yang mempunyai keunggulan kompetitif global dan menjadi kebanggaan umat, dan misinya adalah berdakwah melalui pelayanan kesehatan yang berkualitas dengan mengutamakan peningkatan kepuasan pelanggan serta peduli kaum dhuafa. Dikarenakan visi dan misi RS PKU Muhammadiyah Bantul diatas, maka Rumah Sakit ini dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan citra rumah sakit agar kepuasan konsumen meningkat sehingga berdampak pada loyalitas pasien. Pihak rumah sakit perlu secara cermat meningkatkan citra rumah sakit, menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan, agar tercipta loyalitas pasien sehingga ini akan sangat membantu pemasaran rumah sakit. RS PKU Bantul sebenarnya telah melakukan survey kepuasan pelanggan tiap 3 bulan sejak Januari 2014 pada pasien rawat jalan dan rawat inap dengan variabel keramahan dokter dan perawat, kebisingan, pembuangan sampah dan ketanggapan perawat. Tetapi survey ini belum dilakukan dan diolah secara teratur karena keterbatasan SDM. Karena variabel penilaian yang terbatas dan pengolahan yang belum terkoordinasi dengan baik maka hasil penilaianpun belum maksimal.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka akan diajukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Dan Citra Rumah**

Sakit Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pasien Di Rs Pku Muhammadiyah Bantul.”

B. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang tersebut diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pasien pada RS PKU Muhammadiyah Bantul?
2. Apakah variabel citra RS yang terdiri dari identitas perusahaan (*corporate identity*), dan reputasi (*reputation*) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pasien dan variabel citra perusahaan manakah yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel kepuasan pasien pada RS PKU Muhammadiyah Bantul?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RS PKU Muhammadiyah Bantul?
4. Apakah variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RS PKU Muhammadiyah Bantul?
5. Apakah variabel kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RS PKU Muhammadiyah Bantul?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pasien pada RS PKU Muhammadiyah Bantul?
2. Menganalisis pengaruh citra perusahaan yang terdiri dari identitas perusahaan (*corporate identity*), dan reputasi (*reputation*) berpengaruh terhadap kepuasan pasien dan variabel citra perusahaan manakah yang lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan pasien di RS PKU Muhammadiyah Bantul?
3. Menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pasien di RS PKU Muhammadiyah Bantul?
4. Menganalisis pengaruh variabel citra perusahaan terhadap variabel loyalitas pasien di RS PKU Muhammadiyah Bantul?
5. Menganalisis pengaruh variabel kepuasan pasien terhadap variabel loyalitas pasien di RS PKU Muhammadiyah Bantul?

Manfaat Penelitian

1. Bagi Instansi Jasa Kesehatan
 - a. Dapat mengetahui faktor-faktor yang menentukan kepuasan dan loyalitas pasien di RS PKU Muhammadiyah Bantul

- b. Dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang terdiri dari beberapa variabel bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) agar menjadi lebih baik, serta membantu meningkatkan citra yang dimiliki oleh RS PKU Muhammadiyah Bantul
2. Bagi Pihak Lain
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi mereka yang membaca dan nantinya dapat digunakan sebagai gambaran / panduan bagi usaha penelitian ilmiah lain yang memiliki hubungan dengan penelitian ini.

D. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuisioner untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, dengan cara menyebarkan kuisioner mengenai kualitas pelayanan, citra rumah sakit, kepuasan pasien, dan loyalitas pasien di RS PKU Muhammadiyah Bantul. Mengingat akan keterbatasan waktu, tenaga, serta biaya, maka ruang lingkup permasalahan pada penelitian ini dibatasi pada satu lokasi, yaitu pada lingkungan RS PKU Muhammadiyah Bantul, yang ditujukan kepada pasien/konsumen (yang pernah menggunakan jasa RS PKU Muhammadiyah Bantul).