

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lajunya perjalanan dunia bisnis membawa dampak pada perubahan dan perkembangan dunia perindustrian. Dimana pertumbuhan ekonomi suatu negara ditopang perkembangan dunia bisnis tersebut. Perubahan disegala sector, segala sesuatunya dapat dimanfaatkan dan dijadikan lahan bisnis yang subur baik di industri suatu produk atau jasa.

Perkembangan industri begitu pesatnya persaingan industri pun semakin ketat. Produk baru bermunculan membawa keunggulan produk tersendiri tetapi industri pesaing juga tak mau kalah dengan produknya. Teknologi yang semakin canggih membuat segala sesuatu begitu mudah dilakukan, terasa beban berkurang karena kecanggihan teknologi.

Tidak kalah majunya dari banyaknya produk baru yang bermunculan untuk mencukupi kebutuhan konsumen, layanan jasa yang dulu hanya menangani hal-hal yang rumit saja saat ini sudah mengepakkan sayapnya merambah ke segala bidang. Layanan jasa tidak hanya terbatas pada hal-hal yang dahulu dianggap belum penting sekarang sudah menjadi trend, persaingan antar industri jasa juga tak kalah ramai dengan persaingan antar produk baik dari kalangan pemerintah maupun pihak swasta. Sebagai industri layanan jasa, sesuatu yang dipasarkan tentang bagaimana layanan jasa itu

sendiri yang mengedepankan pada kepuasan konsumen mengenai kualitas dari pelayanan tersebut.

Pelayanan jasa yang banyak dicari dan digunakan konsumen saat ini sangat membantu konsumen dalam pelaksanaan kegiatan dimana cara yang lama mulai terkikis dan menggunakan cara-cara baru untuk mencapai kepuasan konsumen dan yang nantinya akan menjadi loyalitas pelanggan.

Begitu cepatnya perkembangan industri layanan jasa membuat industri tersebut selalu memperbaharui dan memperbaiki kuantitas dan kualitas dari layanan yang diberikan. Penilaian merupakan hak yang penting dalam pemberian respon pada jasa layanan yang ditawarkan. Berbagai cara dilakukan untuk mencapai kesuksesan layanan jasa.

Loyalitas pelanggan telah menjadi *issue* menarik dalam bidang pemasaran. Penelitian empiris membuktikan bahwa kepuasan pelanggan saja tidak cukup membuat pelanggan loyal terhadap suatu produk (Oliver, 1999 dalam Fatmawati, 2004). Terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Selain itu biaya yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru juga jauh lebih besar dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang loyal pada perusahaan (Kotler, 2000 dalam Fatmawati, 2004).

Loyalitas pelanggan sendiri tidak dapat dipisahkan dari kepuasan pelanggan. Kalangan praktisi maupun akademisi sepakat bahwa kepuasan dan loyalitas terkait secara erat dan tak terpisahkan. Tetapi pola hubungan antara keduanya bersifat asimetri mengingat konsumen yang loyal kebanyakan

adalah konsumen yang terpuaskan, tetapi tidak semua kepuasan konsumen bermakna loyalitas (Oliver, 1999 dalam Fatmawati, 2004).

Proses globalisasi telah memicu terjadinya perubahan di segala bidang termasuk bidang kesehatan khususnya rumah sakit. Meningkatnya taraf hidup masyarakat meningkatkan harapan mereka akan layanan kesehatan. Meningkatnya harapan masyarakat akan layanan kesehatan yang berkualitas ini menuntut manajemen rumah sakit untuk mereorientasi konsep pelayanannya pada pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Konsep bisnis layanan kesehatan masa depan dituntut untuk memiliki karakter *technology intensive, information technology heavy, knowledge intensive* dan *capital intensive* (Mulyadi, 2003 dalam Fatmawati, 2004).

Kondisi-kondisi tersebut merupakan tantangan bagi manajemen rumah sakit sebagai penyedia bisnis layanan kesehatan. Manajemen rumah sakit dituntut melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan jenis jasa layanan, ketersediaan jasa sumber daya manusia, mutu pelayanan maupun biaya pelayanan. Dengan berbagai perubahan tersebut diharapkan tercipta kepuasan pelanggan rumah sakit. Bisnis layanan kesehatan juga membutuhkan *good management* yang tercermin dari *good planning*. *Good planning* ditentukan oleh *good planning tools* dan *good management knowledge*. Perencanaan yang baik selanjutnya perlu diimplementasikan secara tepat dan komprehensif oleh sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dengan prosedur pengendalian yang sistematis. Dengan demikian diharapkan rumah sakit mampu menyediakan layanan yang prima dan unggul. Kondisi ini yang

akan membantu mewujudkan kepuasan pelanggan rumah sakit. Kepuasan pelanggan pada gilirannya diharapkan akan membuat pelanggan loyal menggunakan jasa rumah sakit tertentu disaat membutuhkan layanan kesehatan lain waktu.

Kajian tentang loyalitas pelanggan terhadap rumah sakit di Indonesia belum banyak dilakukan. Berawal dari temuan empiris diatas peneliti ingin menganalisis lebih jauh peran citra rumah sakit umum Muntilan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien untuk menggunakan jasa RSUD Muntilan.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini pembatasan masalah lebih terfokus dan tidak terlalu luas karena keterbatasan berbagai hal dari penulis, yaitu:

1. Obyek penelitian dilakukan di Rumah Sakit Umum Muntilan, Magelang.
2. Pengguna jasa layanan kesehatan rumah sakit (responden) yang diteliti sebanyak 100 orang.
3. Penelitian dilakukan terhadap responden yang menggunakan jasa layanan RSUD Muntilan.

C. Rumusan Masalah

Uraian pada latar belakang masalah mengarahkan peneliti pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan ?
2. Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

3. Bagaimanakah pengaruh citra rumah sakit dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah:

1. Mengidentifikasi pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan.
2. Mengidentifikasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Mengidentifikasi pengaruh citra rumah sakit dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat dalam bidang teori

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dan pertimbangan untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik dan dapat memberikan khasanah baru bagi perkembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang pemasaran.

2. Manfaat dalam bidang praktik

Bagi pengelola rumah sakit sebagai masukan untuk mengetahui sejauh mana citra rumah sakit dan kepuasan mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dan untuk menentukan kebijakan lain agar kualitas layanan menjadi lebih baik.