

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesehatan merupakan hal yang utama dalam kehidupan manusia karena dengan kesehatan yang prima maka seseorang akan dapat menjalankan aktivitasnya dengan baik. Melalui kesehatan yang baik dalam masyarakat, maka diharapkan dapat tercapai suatu derajat kehidupan yang optimal. Terwujudnya suatu kondisi sehat merupakan harapan dari semua orang, sehingga dalam upaya mewujudkan suatu kondisi sehat tersebut, maka harus dilakukan beberapa hal, salah satu diantaranya adalah menyelenggarakan pelayanan kesehatan bagi masyarakat.

Rumah sakit merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang pelayanan jasa kesehatan dengan tanggung jawab memberikan pengobatan, memberikan perawatan, mengusahakan kesembuhan dan kesehatan pasien, serta mengupayakan pendidikan hidup sehat bagi masyarakat. Seiring dengan berkembangnya jaman maka rumah sakit juga mengalami perkembangan dalam hal tujuan mendirikan rumah sakit, jika dahulu rumah sakit didirikan oleh badan-badan keagamaan, badan-badan sosial (*charitabel hospital*), atau oleh pemerintah (*public hospital*), maka pada saat ini rumah sakit telah didirikan oleh berbagai badan swasta (*private hospital*). Rumah sakit yang dahulu tidak memikirkan masalah untung rugi karena semata-mata didirikan untuk kepentingan sosial dan kemanusiaan (*non profit*), pada saat ini telah

berubah menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang dalam kegiatannya dijadikan sebagai badan usaha yang mencari keuntungan.

Berdasarkan kondisi demografi negara Indonesia yang mempunyai jumlah penduduk yang besar, keberadaan rumah sakit di suatu daerah menjadi sangat penting dalam hal memberikan pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Hal tersebut menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh pihak rumah sakit yang bergerak pada sektor jasa kesehatan untuk mewujudkan hidup sehat bagi masyarakat. Terdapat banyaknya rumah sakit pemerintah dan swasta dengan layanan fasilitas yang beragam mengakibatkan konsumen dihadapkan pada banyak pilihan akan produk jasa kesehatan yang ditawarkan oleh pihak rumah sakit. Perusahaan yang bersifat *consumer oriented* mencoba untuk mengintegrasikan produk, tarip, promosi dan distribusi dalam melayani konsumen, sehingga kunci menuju ke arah *profitabilitas* tidak lagi pada volume penjualan melainkan pada kepuasan jangka panjang.

Pada hakekatnya faktor-faktor yang mempengaruhi suatu lembaga atau perusahaan melakukan perubahan secara cepat dan selalu berkembang dari waktu ke waktu yang terjadi secara parsial atau secara menyeluruh dan bersama-sama membentuk suatu perubahan keadaan yang dialami oleh sebuah lembaga atau perusahaan, yang dapat berupa peluang-peluang ataupun berupa ancaman dan hambatan. Adapun faktor-faktor tersebut, antara lain adalah tarip (*price*), fasilitas (*facility*) dan pelayanan (*service*).

Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan merupakan faktor yang sangat penting dalam sebuah bisnis atau usaha yang bergerak

dalam bidang jasa. Kepuasan tersebut merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan, sehingga tingkat kepuasan merupakan persepsi konsumen setelah menerima pelayanan. Konsumen akan mengalami salah satu dari tingkat kepuasan konsumen secara umum dimana apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa, sedangkan apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas.

Selain faktor pelayanan yang diberikan oleh para pelaku bisnis yang bergerak dibidang jasa khususnya Rumah Sakit, faktor fasilitas (*facility*) juga merupakan faktor yang penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Faktor fasilitas akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih suatu produk khususnya produk jasa, dimana fasilitas yang lengkap dan memadai yang diberikan akan membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang dipakainya.

Selain faktor pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh para pelaku bisnis yang bergerak dibidang jasa, faktor tarip (*price*) juga merupakan faktor yang penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Faktor tarip akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih suatu produk, dimana tarip yang sesuai dengan produk yang diberikan akan membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang dipakai.

Untuk memenuhi kepuasan konsumen pada industri jasa, maka kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan penetapan tarip produk merupakan hal

yang harus dikelola dengan baik oleh pihak perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen (Wyekof dalam Tjiptono, 1996: 59). Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen, sehingga dapat diartikan bahwa kualitas yang baik terlihat dari persepsi konsumen terhadap suatu produk. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian total akan keunggulan suatu produk yang berupa barang atau jasa.

Pelayanan berkualitas memberikan kepuasan kepada konsumen karena sesuatu yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen sesuai dengan hal yang diberikan oleh penyedia jasa. Pemberian jasa yang berkualitas berdampak pada pemenuhan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan keberhasilan perusahaan dalam mengembangkan usahanya.

Penetapan tarip (*price*) terhadap suatu produk yang diberikan berhubungan dengan kualitas dan mutu suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen. Penetapan tarip yang sesuai dengan produk yang diberikan akan membuat konsumen menjadi percaya terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan *brand image* pada diri konsumen terhadap suatu produk. *Brand image* suatu produk diperoleh apabila konsumen merasa puas terhadap tarip yang ditetapkan pada suatu produk.

Pelayanan jasa kesehatan dan penetapan tarip yang diberikan oleh pihak rumah sakit secara profesional dapat menimbulkan rasa kepuasan dan menambah kepercayaan konsumen sehingga menciptakan kelekatan

emosional terhadap suatu barang atau jasa yang diberikan oleh pihak rumah sakit. Kualitas pelayanan dan penetapan tarif tersebut berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen sehingga menimbulkan kesetiaan konsumen terhadap suatu produk dimana hal itu menjadi sumber keuntungan jangka panjang bagi pihak rumah sakit.

Kepuasan tersebut banyak ditentukan oleh kualitas jasa atau barang yang dikehendaki oleh konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan konsumen (Tjiptono dan Diana, 1995: 4). Pemenuhan fasilitas yang dapat menunjang kecepatan informasi yang dibutuhkan konsumen merupakan hal yang penting untuk dimiliki oleh setiap perusahaan agar dapat meningkatkan pelayanan dan menetapkan tarif produk yang sesuai dengan kemampuan konsumen dalam tujuannya memenuhi kepuasan konsumen.

Meningkatnya kebutuhan akan sarana kesehatan dan pelayanan kesehatan, merupakan sebuah peluang bagi rumah sakit yang mempunyai wawasan *profit oriented* untuk mendapatkan hasil yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup rumah sakit dengan memberikan beragam pelayanan, fasilitas, serta penetapan tarif yang sesuai dengan kualitas produk sebagai tujuan memberikan kepuasan bagi konsumen. Pemberian fasilitas dan pelayanan serta penetapan tarif dapat berjalan dengan baik apabila ditunjang dengan manajemen yang profesional dari pihak rumah sakit.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: “PENGARUH TARIP, FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT UMUM ISLAM KUSTATI SURAKARTA “.

B. Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar penelitian lebih terfokus dan terarah pada pokok permasalahan serta mempermudah dalam pelaksanaan penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari sasaran dan dapat dilaksanakan sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh penulis.

Ruang lingkup yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada pendekatan mengenai pengaruh faktor tarip (*price*), fasilitas (*facility*) dan pelayanan (*service*) terhadap tingkat kepuasan konsumen berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis di Rumah Sakit Umum Islam Kustati Surakarta.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah:

“Apakah faktor tarip, fasilitas dan pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen Rumah Sakit Umum Islam Kustati Surakarta dan faktor manakah yang paling dominan pengaruhnya?”

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian yang diharapkan adalah:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor tarip, fasilitas dan pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen Rumah Sakit Umum Islam Kustati Surakarta.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen Rumah Sakit Umum Islam Kustati Surakarta.

E. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan diharapkan memiliki manfaat. Manfaat dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagi pihak Rumah Sakit Umum Islam Kustati Surakarta.

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam memberikan menetapkan tarip, fasilitas, dan pelayanan sebagai usaha untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen.

2. Bagi pihak lain.

Sebagai bahan atau referensi yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian yang sejenis.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : Tinjauan Pustaka

Pada Bab ini memberikan penjelasan mengenai pengertian pemasaran, konsep pemasaran, pengertian tarif, pengertian fasilitas, pengertian pelayanan, pengertian kepuasan konsumen, dan strategi kepuasan konsumen serta teori-teori relevan yang mendukung penelitian ini.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini memberikan penjelasan mengenai kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional, teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Analisa Data

Bab ini berisi mengenai gambaran umum perusahaan, deskripsi data, analisis data dan pembahasan serta hasil penelitian

BAB V : Penutup

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran-saran

Daftar Pustaka