

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono dan Candra, 2005: 192). Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelanggan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003: 28). Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya. Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan konsumen/pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2003:25).

Rumah Sakit Islam Surakarta (Yarsis) merupakan sebuah lembaga bisnis yang bergerak di bidang jasa pelayanan kesehatan. Rumah sakit ini berkapasitas 214 (dua ratus empat belas) tempat tidur dengan mempekerjakan 590 karyawan. Dengan produksi jasa berupa Instalasi Gawat Darurat (IGD) 24 jam, Rawat jalan, Rawat inap, *Inter Mediate Care* (ICU) Hemodialisa (Cuci Darah),

Laboratorium, Farmarsi, Fisioterapi dan pelayanan Gizi. Rumah sakit tersebut merupakan salah satu dari beberapa rumah sakit swasta di Sukoharjo.

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan kesehatan yang banyak pesaingnya. Oleh karena itu, Rumah Sakit Islam Surakarta dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dalam hal ini adalah pasien Rumah Sakit, dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Pihak rumah sakit perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Hal inilah yang disebut orientasi pada konsumen (Wiyono, 2007: 2).

Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya konsumen merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal ini pasien adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Untuk menciptakan kepuasan pasien suatu perusahaan atau rumah sakit harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh pasien yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pasiennya.

Namun upaya untuk perbaikan atau kesempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi oleh perusahaan untuk dapat merebut pelanggan. Purwanto (2007: 2) berpendapat bahwa kepuasan konsumen atas suatu produk dengan kinerja yang dirasakan konsumen atas produk tersebut. Jika kinerja produk lebih tinggi dari harapan konsumen maka konsumen akan mengalami kepuasan.

Hal yang hampir serupa dikemukakan oleh Utama (2003: 3) yang menyebutkan adanya tiga macam kondisi kepuasan yang bisa dirasakan oleh konsumen berkaitan dengan perbandingan antara harapan dan kenyataan, yaitu jika harapan atau kebutuhan sama dengan layanan yang diberikan maka konsumen akan merasa puas. Jika layanan yang diberikan pada konsumen kurang atau tidak sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen maka konsumen menjadi tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara harapan yang dimiliki oleh konsumen dengan kenyataan yang diterima

oleh konsumen dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen pada saat mengkonsumsi produk atau jasa.

Kepuasan sangat bersifat subjektif dan unik bagi setiap pelanggan, pelanggan (klien/pasien) yang merasa puas adalah mereka yang mendapatkan value dari pemberi layanan/pemasok/produsen suatu produk (barang/jasa). Value di sini bisa bermakna produk, layanan, sistem, maupun sesuatu yang bersifat emosional. Kalau pelanggan mengatakan bahwa value itu adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi hanya jika pelanggan tersebut mendapatkan produk/barang yang berkualitas. Kalau value itu adalah kenyamanan, maka dia akan puas bila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.

Bertitik tolak dari latar belakang masalah di atas, penulis mencoba untuk menganalisis Kepuasan Pasien rawat inap di Rumah Sakit Islam Surakarta, ditinjau dari dimensi: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*, dalam penelitian yang berjudul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT ISLAM SURAKARTA".

## B. Rumusan Masalah

- 1 Apakah terdapat pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Islam Surakarta secara parsial maupun simultan?

2. Faktor apakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Islam Surakarta?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Islam Surakarta secara parsial maupun simultan.
2. Untuk menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Islam Surakarta.

### D. Manfaat Penelitian

1. Untuk Rumah Sakit Islam Surakarta  
Dengan diketahuinya faktor pengaruh kultur, sosial, personal, dan psikologi terhadap perilaku pasien rawat inap, maka dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan di masa datang dalam rangka meningkatkan kebutuhan pasien yang rawat inap.
2. Bagi Penulis  
Dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan di bidang pemasaran yang telah diperoleh melalui perkuliahan dengan mengamati praktek pemasaran yang senyatanya di perusahaan.
3. Bagi Pihak lain  
Untuk menambah wawasan dan literatur dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.