

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bisnis rumah sakit di Indonesia berkembang pesat dalam lingkungan bisnis yang turbulen dan kompetitif pada dekade terakhir ini. Sehingga mendorong rumah sakit sebagai suatu organisasi dibidang jasa pelayanan kesehatan harus mengikuti trend perubahan yang terjadi serta mempunyai kemampuan menganalisis setiap perubahan agar tetap dapat bertahan dan tumbuh ditengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif tersebut.

Rumah sakit merupakan usaha pelayanan jasa kesehatan yang salah satunya berdasar pada azas kepercayaan, sehingga masalah kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas pasien menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilannya. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan maka diharapkan kepuasan pasien juga akan meningkat dan loyalitas pasien akan tercipta. Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan dan keberhasilan proses operasi ini ditentukan oleh beberapa faktor antara lain: faktor karyawan, sistem, teknologi dan keterlibatan pelanggan yang diharapkan memberikan kontribusi terhadap kualitas pelayanan yang tercipta (Tjiptono, 2000).

Bahkan pelayanan rumah sakit mulai berubah dan mengarah pada kekuatan pasar, yang berakibat pada perubahan strategi pengelolaan organisasinya yang tidak lagi normatif melainkan utilitarian agar berhasil memenangkan pasar dan berusaha mempertahankan pelanggan. Loyalitas

pelanggan dalam hal ini tidak saja berharap pelanggan datang untuk mendapatkan pengobatan/ kuratif saja, namun lebih pada peningkatan derajat kesehatannya secara menyeluruh meliputi promotif, pencegahan/ preventif, pengobatan/ kuratif serta rehabilitatif.

Persaingan yang timbul dengan maraknya rumah sakit swasta baru dan semakin berkembangnya rumah sakit pemerintah sebenarnya berdampak positif bagi pengguna rumah sakit yaitu menjadikannya memiliki banyak pilihan. Namun di sisi lain kondisi ini menimbulkan persaingan ketat antar rumah sakit yang memaksa untuk saling berlomba menjadi yang terbaik. Hal itu dilakukan dalam rangka mendapatkan loyalitas pelanggan, target yang selalu ingin dicapai oleh setiap perusahaan termasuk rumah sakit. Banyak penelitian menunjukkan bahwa untuk menarik satu pelanggan baru jauh lebih mahal dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan lama (Setiawan, 2011).

Salah satu tolok ukur loyalitas pelanggan adalah frekuensi pembelian ulang/ *repeat purchase*. Semakin tinggi frekuensi pembelian ulang seorang pelanggan menunjukkan semakin tingginya loyalitas pelanggan tersebut (Setiawan, 2011).

Demikian halnya di RSJD Dr RM Soedjarwadi Provinsi Jawa Tengah. Sebagai rumah sakit khusus jiwa kelas A yang berlokasi di Kabupaten Klaten, memiliki beberapa pelayanan unggulan non jiwa seperti pelayanan saraf, rehabilitasi medik dan tumbuh kembang anak, dengan tetap menempatkan pelayanan kesehatan jiwa sebagai *core business*-nya. Hal ini dilakukan mengingat

permintaan & persaingan pasar yang mengharuskan untuk terus meningkatkan kinerja. Akan tetapi tingkat kunjungan pasien Klinik Spesialis Saraf justru jauh lebih tinggi (hampir 3x lipat) dibandingkan tingkat kunjungan pasien Klinik Spesialis Jiwa (dapat dilihat pada tabel I.1). Padahal jumlah dokter spesialis kesehatan jiwa yang memberikan pelayanan di Klinik Spesialis Jiwa 2x lebih banyak dibandingkan jumlah dokter spesialis kesehatan saraf yang memberikan pelayanan di Klinik Spesialis Saraf.

**Tabel I.1.**  
**Perbandingan Jumlah Kunjungan Pasien Klinik Jiwa & Klinik Saraf**  
**RSJD Dr RM Soedjarwadi Provinsi Jawa Tengah Tahun 2009 – 2013**

<b>Klinik</b>	<b>2009</b>	<b>%</b>	<b>2010</b>	<b>%</b>	<b>2011</b>	<b>%</b>	<b>2012</b>	<b>%</b>	<b>2013</b>	<b>%</b>
<b>Klinik Jiwa</b>	9,437	56	10,852	45	10,243	42	10,604	34	13,935	30
<b>Klinik Saraf</b>	7,475	44	13,308	55	14,332	58	20,396	66	31,501	70
<b>Jumlah</b>	16,912	100	24,160	100	24,775	100	31,000	100	44,436	100

Sumber : Renstra RSJD Dr RM Soedjarwadi Tahun 2013-1018

Padahal skor nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) RSJD Dr. RM. Soedjarwadi secara keseluruhan adalah 76,79. Artinya nilai rata-rata unsur masing-masing unit pelayanan masuk dalam kategori Baik dengan mutu pelayanan juga Baik. Bahkan untuk unit pelayanan Rawat Jalan atau Poliklinik yang termasuk katagori Sangat Baik adalah kesopanan dan keramahan dokter (UNDIP, 2012).

Sementara itu dalam rangka mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan & kepuasan pelanggan maka pengelolaan komplain/ keluhan pelanggan sangat diperlukan. Perlu disadari bahwa setiap komplain yang

diterima dari pelanggan merupakan indikasi bahwa pelanggan tersebut masih akan tetap setia. Sehingga sudah seharusnya disambut dengan ucapan terima kasih oleh *front-line staff*. Rumah sakit wajib berterimakasih karena komplain berarti memberikan kesempatan kepada rumah sakit untuk melakukan perbaikan-perbaikan atau penyempurnaan dalam pelayanan .

Di bawah ini jumlah keluhan pelanggan yang disampaikan pelanggan melalui kotak saran ;

**Tabel I.2.**  
**Jumlah Keluhan Pelanggan Rawat Jalan RSJD Dr RM Soedjarwadi melalui Kotak Saran Bulan April 2013 – April 2014**

Bulan	Jumlah Keluhan		Selesai sesuai SPM		Selesai melebihi SPM / belum selesai	
	n	%	n	%	n	%
<b>April 2013</b>	5	100	4	80	1	20
<b>Mei 2013</b>	10	100	9	90	1	10
<b>November 2013</b>	4	100	4	100	0	0
<b>April 2014</b>	22	100	15	68,18	7	31,82
<b>Jumlah</b>	<b>41</b>	<b>100,00</b>	<b>32</b>	<b>78,05</b>	<b>9</b>	<b>21,95</b>

Sumber : Data Instalasi PromkesH2I

Seringkali juga bahwa customer yang telah kecewa terhadap pelayanan tetapi tidak melakukan komplain atau menyampaikan keluhannya. Customer seperti ini yang harus diwaspadai karena pada umumnya customer model begini tidak akan pernah kembali menggunakan rumah sakit tersebut, justru akan menimbulkan terjadinya dampak domino yang lebih hebat, dimana customer tersebut cenderung akan membicarakan kejelekan rumah sakit itu kepada orang lain dan bahkan menyarakankan agar orang lain tidak mencoba-coba menggunakan rumah sakit tersebut (MPKPK UNAIR, 2008).

Berdasarkan uraian di atas, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien atau pelanggan yang pada akhirnya setia untuk menggunakan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti.

## **B. Perumusan Masalah**

Dalam menghadapi persaingan dan berbagai tuntutan pelayanan, maka RSJD Dr RM Soedjarwadi terus berusaha untuk dapat meningkatkan pelayanan guna memuaskan pelanggan dan membangun kesetiaannya. Tetapi jika dilihat dari kontradiksi antara jumlah kunjungan di Klinik Saraf dan Jiwa serta banyaknya keluhan pelanggan di RSJD Dr RM Soedjarwadi bukanlah merupakan capaian kinerja yang menggembirakan.

Dari permasalahan tersebut, dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan RSJD Dr RM Soedjarwadi?
3. Apakah citra rumah sakit berpengaruh pada kepuasan pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi?
4. Apakah citra rumah sakit berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi?

5. Apakah kepuasan pasien atau pelanggan berpengaruh pada loyalitas pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi?
6. Apakah kualitas pelayanan, kepuasan pasien atau pelanggan dan citra rumah sakit secara bersama-sama (simultan) berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi ?
7. Variabel manakah yang menjadi variabel intervening pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan dapat diketahui tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas pasien atau pelanggan RSJD Dr RM Soedjarwadi
3. Menguji dan menganalisis pengaruh citrarumah sakit pada kepuasan pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi
4. Menguji dan menganalisis pengaruh citra rumah sakit pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi
5. Menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan pasien atau pelanggan pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi

6. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pasien atau pelanggan , citra rumah sakit secara bersama-sama (simultan) pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi
7. Menguji dan menganalisis variabel manakah yang menjadi variabel intervening pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan kontribusi kepada beberapa pihak antara lain:

1. Akademisi, yaitu diharapkan akan menambah wawasan atau literatur mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan khususnya Klinik Saraf yang ada di rumah sakit jiwa.
2. Rumah Sakit, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi poliklinik yang lain dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, serta dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam mengelola rumah sakit terutama dalam penyusunan perencanaan strategis khususnya implementasi strategi – strategi pelayanan dan pemasaran
3. Sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini.





