

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini sektor industri kesehatan mengalami persaingan yang sangat tajam, hal ini dibuktikan dengan adanya persaingan pada jasa pelayanan kesehatan baik rumah sakit milik pemerintah maupun rumah sakit swasta, serta klinik-klinik lainnya. Rumah sakit menghadapi persaingan yang kompetitif karena kebijakan pasar terbuka di industri layanan medis (Kim dkk, 2008).

Rumah sakit merupakan salah satu institusi pelayanan kesehatan yang tidak hanya berfungsi untuk mengatasi masalah kesehatan yang dialami oleh pasien, tetapi pelayanan yang diberikan mencakup dari aspek promotif, preventif, kuratif serta rehabilitatif. Hal tersebut telah dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 tentang rumah sakit. Rumah sakit sebagai salah satu fasilitas pelayanan kesehatan memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan derajat kesehatan, dengan meningkatnya jumlah pertumbuhan penduduk dan peningkatan kepedulian terhadap kesehatan mengakibatkan permintaan layanan masyarakat terutama kesehatan juga meningkat. Oleh karena itu, bidang pelayanan kesehatan kini mengubah diri ke arah orientasi pelanggan. Rumah sakit berusaha membangun strategi pemasaran dengan menaikkan citra di masyarakat untuk meningkatkan kepuasan pasien, loyalitas pasien dan kinerja dari rumah sakit sendiri (Hidajahningtyas dkk, 2013).

Salah satu upaya yang dilakukan oleh pengelola rumah sakit berkaitan dengan adanya keinginan konsumen dan tingkat persaingan yang ketat adalah

dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan nilai kepuasan terhadap pelanggan, reputasi dan loyalitas. Pengelola rumah sakit dituntut memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan mendapatkan kepuasan yang maksimal dengan beban resiko yang dipindahkan pelanggan, apalagi pelanggan semakin kritis dalam memilih produk jasa mana yang dirasa memberikan banyak kelebihan. Agar perusahaan dapat menarik minat pelanggan maka perusahaan harus meyakinkan pelanggan bahwa perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik dan harus konsekuen terhadap perjanjian yang terjadi (Isbandono, 2009).

Rumah sakit merupakan penyedia layanan jasa kesehatan yang berada dalam kelompok usaha jasa mempunyai karakteristik yang hampir sama dengan penyedia jasa lainnya, maka diperlukan suatu strategi yang dapat membedakan rumah sakit yang satu dengan rumah sakit yang lain. Dan cara yang dapat digunakan adalah dengan menciptakan sesuatu yang unik dan berbeda, baik dari segi penetapan harga, promosi, tingkat pelayanan dan sebagainya. Semakin berkualitas produk/jasa serta layanan yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pasien atas layanan kesehatan yang diterima semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi pasien akan terus menggunakan jasa pada rumah sakit tersebut dan pasien akan semakin loyal (Isbandono, 2009).

Banyak literatur yang membahas tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan tersebut di bidang jasa. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelayanan berkualitas tinggi akan menyebabkan retensi pelanggan dan memiliki daya tarik bagi pelanggan baru, lebih sedikit keluhan dan biaya lebih rendah,

loyalitas yang lebih besar serta rekomendasi positif dari mulut ke mulut, maka profitabilitas di bidang jasa tersebut akan terus berlanjut (Cronin dkk, 2000; Kang dan James, 2004).

Salah satu instansi yang menjawab pentingnya loyalitas pasien adalah RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya. RSUD Sungai Dareh merupakan pelayanan kesehatan milik Pemerintah Kabupaten Dharmasraya, untuk mengungkap pentingnya loyalitas pasien di RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya maka dilakukan survey awal mengenai loyalitas pasien. Penelitian ini dilakukan kepada 50 orang pasien yang telah mendapat perawatan di RSUD Sungai Dareh, dimana hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Hasil Pra-Survey Loyalitas Pasien RSUD Sungai Dareh Kab. Dharmasraya

No	Aspek	Jawaban		Persentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Saya menyampaikan hal-hal positif tentang RSUD Sungai Dareh kepada orang lain	24	26	48	52
2.	Saya merekomendasikan kepada orang lain agar berobat di RSUD Sungai Dareh	17	33	34	66
3.	Saya akan terus berobat ke RSUD Sungai Dareh	21	29	42	58
Rata-rata		20,7	29,3	41,3	58,7

Sumber : Survey Awal di RSUD Sungai Dareh Kab. Dharmasraya (2019)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban responden pada masing-masing item pernyataan *loyalitas* di RSUD Sungai Dareh berada pada kategori tidak setuju atau rata-rata jawaban responden dengan kategori tidak setuju adalah sebesar 58,7%. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa masih rendahnya *loyalitas* pasien di RSUD Sungai Dareh.

Rendahnya loyalitas pelanggan atau konsumen tersebut juga dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan konsumen juga masih rendah. Hal ini berarti bahwa kepuasan konsumen adalah faktor penentu loyalitas, namun kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra organisasi. Dengan pengertian lain bahwa loyalitas konsumen ditentukan oleh kepuasan konsumen dan selanjutnya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra organisasi.

Dalam penelitian sebelumnya, loyalitas dapat menjadi hasil dari kepuasan pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan layanan rumah sakit maka akan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan mereka bahwa rumah sakit tetap akan memberikan pelayanan yang optimal kepada pasien, sehingga konsumen akan tetap setia untuk menggunakan jasa layanan pada rumah sakit tersebut di masa yang akan datang dan citra rumah sakit memiliki efek langsung pada loyalitas (Lai dkk, 2009; Merilees dan Fry, 2002).

Pada umumnya pasien yang merasa tidak puas akan mengajukan komplain pada pihak rumah sakit. Komplain yang tidak segera ditangani merupakan salah satu penyebab menurunnya kepuasan pasien dan buruknya pandangan masyarakat terhadap kapabilitas penyedia pelayanan kesehatan tersebut yang akan berdampak pada menurunnya loyalitas pasien. Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen.

Menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan.

Sedangkan citra (*image*) adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut.

Hartono (2010), mengatakan bahwa citra (*image*) merupakan hasil (akibat) dari perbuatan dan komunikasi yang dilakukan. Perbuatan baik tanpa komunikasi baik, atau komunikasi baik tanpa perbuatan baik tidak akan menghasilkan citra yang baik. Sehingga citra dapat juga didefinisikan sebagai kumpulan dari keyakinan, pemikiran dan kesan yang ditangkap seseorang dari suatu objek. Oleh karena itu dalam konsep ini persepsi konsumen menjadi lebih penting daripada keadaan sesungguhnya. Sebuah citra yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas layanan, loyalitas dan niat pembelian kembali (Da Silva dkk, 2008 dan Lai dkk, 2009).

Wu (2011), menguji citra rumah sakit, kualitas layanan, kepuasan pasien dan loyalitas. Empat dari enam hipotesis penelitian yang diuji berhasil dibuktikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara citra rumah sakit dengan loyalitas pasien melalui peningkatan pelayanan dan kepuasan pasien serta menemukan bukti bahwa citra rumah sakit memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa citra rumah sakit yang positif tidak hanya meningkatkan loyalitas pasien secara langsung, tetapi juga meningkatkan kepuasan pasien melalui peningkatan kualitas layanan yang dirasakan, yang pada gilirannya meningkatkan niat ulang kunjungan pasien.

Penelitian lain yang dilakukan Hidajahningtyas, dkk (2013) tentang pengaruh citra, kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas pasien di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi Kabupaten Jember

menunjukkan hasil terdapatnya pengaruh positif antara citra, kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas pasien. Penelitian lain yang serupa dilakukan oleh Sutrisno (2015) di Rumah Sakit Tingkat II Tentara Nasional Indonesia juga menunjukkan pengaruh positif antara kualitas layanan, *customer relationship management* dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan Wahyuti, dkk (2017), Puspitasari dan Edris (2011), mengenai loyalitas pasien yang dilakukan di rumah sakit swasta. Hasil penelitian ini juga mendukung teori Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Hurriyati (2012), menyatakan bahwa faktor kualitas, citra merek dan kepuasan memegang peran penting serta menentukan pelanggan tersebut sebagai pelanggan yang berprospek menjadi pelanggan setia atau tidak di kemudian hari.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Citra Rumah Sakit terhadap Loyalitas Pasien dengan Tingkat Kepuasan Pasien sebagai Variabel Mediasi(Studi Kasus: RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya ?
2. Apakah citra rumah sakit berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya ?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien di RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya ?
4. Apakah citra rumah sakit berpengaruh terhadap kepuasan pasiendi RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya ?
5. Apakah kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya ?
6. Apakah kepuasan pasien memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pasiendi RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya ?
7. Apakah kepuasan pasien memediasi hubungan antara citra rumah sakit dengan loyalitas pasiendi RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya.
2. Pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien di RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya.
4. Pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasiendi RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya.
5. Pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya.

6. Pengaruhkepuasan pasien sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pasiendi RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya.
7. Pengaruh kepuasan pasien sebagai variabel mediasi antara citra rumah sakit dengan loyalitas pasiendi RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini maka manfaat yang diharapkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan memberikan kontribusi teori mengenai loyalitas, kepuasan pasien, kualitas pelayanan kesehatan dan citra rumah sakit. Penelitian ini juga diharapkan mampu untuk menunjukkan bagaimana besar pengaruh loyalitas konsumen atau pelanggan terhadap keberhasilan dan keberlangsungan hidup suatu perusahaan atau instansi.

Bagi para pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan informasi kepada pembaca mengenai pentingnya pengaruh kualitas pelayanan kesehatan dan citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien dengan tingkat kepuasan pasien sebagai variabel mediasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sebagai bahan masukan dalam pengambilan keputusan serta kebijakan di RSUD Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya. Terutama dalam hal bagaimana cara meningkatkan loyalitas dan kepuasan pasien, sehingga dapat memberikan dampak yang positif bagi RSUD Sungai Dareh.