

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini pertumbuhan dalam bisnis rumah sakit di dunia semakin meningkat dari adanya peningkatan pengeluaran untuk kesehatan pada tahun 2000 hingga 2018 sebesar 8,3 triliun dollar atau 10% dari produk domestik bruto (GDP). Menurut WHO (*World Health Organization*) (2021) menyatakan bahwa di seluruh dunia, masyarakat melakukan pengeluaran untuk biaya pengobatan ke fasilitas kesehatan sehingga menjadi kebutuhan dan keinginan untuk sehat. Adanya kebutuhan menjadi peluang untuk membangun bisnis baru dan terjadinya persaingan. Peningkatan persaingan antar perusahaan di industri rumah sakit saat ini, sehingga perlu adanya adaptasi untuk tetap dapat bertahan dengan sumber daya yang ada. Usaha yang dapat dilakukan salah satunya adalah melakukan mempertahankan konsumen yang sudah ada supaya tidak beralih pada pesaing (Yuliana & Hidayat, 2018). Kebutuhan dan keinginan masyarakat yang meningkat untuk hidup sehat meningkatkan standar ekspektasi pada kesehatan masyarakat. Dengan angka kematian di dunia yang juga masih meningkat, dimana pada tahun 2018 sebanyak 7,5 juta orang dan meningkat pada tahun 2019 sebanyak 7,6 juta orang. Ada peningkatan angka kematian di dunia sebesar 1,3% dalam 1 tahun. Menurut WHO (*World Health Organization*) tiga besar penyebab kematian secara global pada tahun 2019 adalah penyakit jantung, penyakit serebrovaskular, dan penyakit paru. Oleh karena itu persaingan antar rumah sakit semakin ketat akibat dibutuhkan lebih banyak pelayanan dan fasilitas kesehatan yang lebih baik diiringi dengan keinginan masyarakat yang lebih memperhatikan dan *aware* atas kesehatannya.

Pertumbuhan juga terjadi di Indonesia, dimana jumlah rumah sakit umum juga semakin meningkat di seluruh Indonesia. Pada tahun 2017, 2018, dan 2019 terdapat 2.198, 2.269 dan 2.344 rumah sakit. Terjadi peningkatan jumlah rumah sakit di Indonesia sebesar 6,6% hampir setiap tahunnya. Menurut data Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (PERSI) tahun 2020, pertumbuhan rumah sakit publik tidak sepesat pertumbuhan RS privat dalam 6 tahun terakhir. Rata-rata peningkatan jumlah RS swasta sebesar 17,3% yaitu lebih banyak dibandingkan RS pemerintah yang hanya sebesar 3%. RS swasta di Indonesia mengalami peningkatan tertinggi di pulau Jawa. Bertambahnya jumlah rumah sakit ini juga mengakibatkan persaingan yang ketat dalam industri kesehatan. Selain persaingan, peluang jumlah tingkat pertumbuhan penduduk Indonesia dimana pada tahun 2020 sebesar 271,6 juta dan pada tahun 2021 sebesar 272,2 juta orang, yaitu meningkat sebesar 0,2%. Membuat para pelaku di bisnis industri kesehatan bersaing untuk mendapatkan loyalitas pasien. Salah satu teori marketing yang paling penting adalah cara menjaga konsumen, menanamkan nilai dan menjadi loyal dalam jangka waktu yang panjang. Menjaga hubungan dengan konsumen lama dapat memberikan gambaran perubahan dalam perilaku konsumen. Dalam mencapai loyalitas pada konsumen lama tersebut, perusahaan memberikan pelayanan yang lebih baik dan kepercayaan (trust) dipertahankan dan loyalitas dari konsumen. (Mital & Kamakura, 2001) Proses ini dapat menjadi saran yang bernilai tinggi untuk kemajuan dan disesuaikan dengan perilaku konsumen pada saat itu (Paquette, 2006). Menurut Bose, modifikasi target dari konsumen dengan keinginan umum ke konsumen yang mempunyai keinginan yang lebih detail dapat membantu dalam meningkatkan hubungan jangka panjang (Kotler, 2000). Sehingga kesimpulan yang dapat diambil

adalah loyalitas menjadi salah satu faktor penting pada seluruh industri, termasuk industri jasa. Dimana salah satu industri jasa adalah industri kesehatan.

Globalisasi sangat mempengaruhi dunia termasuk demografis yang terus mengalami perubahan, fluktuatif ekonomi, serta teknologi baru yang terus berkembang, industri kesehatan dituntut untuk dapat beradaptasi pada setiap perubahan yang terjadi. Pandemi Covid-19 telah membuat industri kesehatan mengalami transformasi atau perubahan yang signifikan karena musimnya tidak terprediksi namun tetap diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan sigap dan mempunyai kualitas yang baik bagi pelanggan. Untuk mencapai kebutuhan di tahun yang akan datang dan tidak menentu, industri kesehatan layak untuk diteliti karena perkembangannya terus berjalan sehingga selalu ada ruang untuk berkembang dan kontribusinya dalam ekonomi dunia (Yeganeh, 2019). Pendekatan pelayanan kesehatan sekarang sudah beralih menjadi *patient-centered* yang dulunya bersifat *doctor-centered*. Hal ini menjadi penting karena pasien akan ikut dalam mengambil suatu keputusan sehingga pelayanan yang diberikan sejalan dengan keinginan dan kebutuhan pasien sehingga membuat pasien menjadi percaya dengan pelayanan yang diberikan oleh fasilitas kesehatan hingga terbentuk loyalitas (Lee, 2015). Maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pasien merupakan salah satu hal penting di industri kesehatan.

Untuk mendapatkan keuntungan bagi rumah sakit, upaya rumah sakit mempromosikan berbagai produk dan pelayanan untuk mendapatkan kesembuhan dan pelayanan yang berkualitas. Apabila pelayanan yang ditawarkan adalah standar, hal ini sudah tidak menjadi hal yang unik, sehingga rumah sakit harus bisa

memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik dan menciptakan nilai baru dan lebih tinggi dengan inovasinya kepada konsumennya. Harapan konsumen menjadi lebih tinggi terutama di kota besar akibat dari semakin baiknya tingkat sosial ekonomi dan pengetahuan masyarakat akan kesehatan (Han & Ryu, 2007). Standar akreditasi rumah sakit juga salah satu hal yang dikembangkan. Rumah sakit sebaiknya mengajukan atau mempunyai akreditasi supaya pelayanan lebih terjamin dan mempunyai standar pelayanan. Meningkatnya kebutuhan pada masyarakat untuk hidup sehat, kualitas pelayanan akan ditingkatkan seiring dengan pertumbuhan bisnis rumah sakit di Indonesia dan secara global. Standar akreditasi yang diterapkan oleh rumah sakit di Indonesia dan secara global adalah penerapan standar akreditasi *Joint Commission International* (JCI) pada manajemen rumah sakit (JCI, 2017).

Rumah sakit Siloam merupakan salah satu rumah sakit di Indonesia yang menerapkan standar JCI. Sampai dengan tahun 2020, terdapat tiga Rumah Sakit Siloam yang terakreditasi JCI yaitu Siloam Hospitals Kebon Jeruk, Siloam Hospitals Lippo Village, dan Siloam Hospitals Denpasar. Adanya penurunan angka kunjungan pada tahun 2019, 2020 dan 2021 di seluruh grup Siloam pada rawat jalan yaitu 2.753.379, 2.752.379 dan 2.396.886 pasien dan pada rawat inap yaitu 250.156, 179.210 dan 175.407 pasien. Siloam Hospitals Lippo Village merupakan cabang pertama dan sudah beroperasi sejak tahun 1996. Akreditasi JCI sudah didapatkan sejak tahun 2007. Dalam penelitian ini, saya meneliti Rumah Sakit Siloam yang berada di area Tangerang yaitu Siloam Hospitals Lippo Village (PT Siloam International Hospitals Tbk, 2020). Penurunan angka kunjungan menjadi sebuah tantangan terutama untuk rumah sakit cabang pertama dengan harapan pasien yang

semakin meningkat atas pelayanan kesehatan supaya loyalitas pasien dapat dipertahankan dan ditingkatkan kembali.

Pada penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Afifi & Amini (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi secara positif terhadap kepercayaan konsumen. Kualitas layanan menurut Zehir (2011) dapat didefinisikan sebagai penilaian dari proses evaluasi yang dilakukan oleh konsumen dimana konsumen membandingkan harapan mereka dengan layanan yang mereka lakukan. Evaluasi ini menggambarkan persepsi konsumen dari elemen layanan seperti kualitas interaksi (*interaction quality*), kualitas lingkungan fisik (*physical environment quality*) dan kualitas hasil (*outcome quality*). Kualitas interaksi mempunyai hubungan terhadap kepercayaan konsumen karena adanya hubungan interpersonal dan pendekatan sosial sehingga meningkatkan kepercayaan dan juga komitmen (Wijaya, Surachman dan Mugiono, 2020). Auh (2005) menyatakan ada hubungan resiprokal antara kualitas interaksi dan kepercayaan konsumen di bidang jasa perawatan rambut. Kualitas lingkungan fisik juga mempengaruhi kepercayaan konsumen karena lingkungan yang menimbulkan rasa nyaman saat konsumen menerima layanan pada industry pelayanan makanan (restoran) di Korea (Shin, 2020). Kualitas hasil mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan konsumen karena pelayanan aktual yang diterima seperti ketepatan waktu, keakuratan dan pemberian pelayanan menjadi penilaian yang penting untuk konsumen dilakukan di rumah sakit di Selasih (Pratama, Furwanti & Rustam, 2019). Hasil penelitian oleh Setiawan dan Ukudi (2007) mempunyai hasil yang berbeda. Mereka menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung dengan kesetiaan

konsumen dan harus diiringi dengan komitmen dan kepercayaan konsumen pada industri bank.

Afifi & Amini (2018) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen mempengaruhi secara positif terhadap nilai konsumen. Namun, pada ulasan penelitian yang dilakukan oleh Kim, dkk. (2013) menyatakan bahwa kepercayaan terhadap suatu merek menentukan perilaku pembelian dan juga berpotensi dalam membangun hubungan bernilai tinggi pada perusahaan *social commerce*. Menurut Yeri, dkk. (2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh simultan dari nilai konsumen dan kepercayaan konsumen pada jasa layanan transportasi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Afifi & Amini (2018) juga ditemukan bahwa nilai konsumen mempengaruhi secara positif loyalitas konsumen. Namun pada ulasan penelitian yang dilakukan Latifah (2018) mengenai faktor yang menentukan loyalitas konsumen pada layanan kesehatan, didapatkan hasil bahwa nilai konsumen tidak mempengaruhi loyalitas konsumen secara signifikan pada mahasiswa yang mengikuti program Internasional pada Universitas Muhammadiyah Surakarta. Menurut Tatuil (2013), nilai konsumen tidak dipengaruhi secara langsung terhadap loyalitas konsumen karena ada faktor yang mungkin memediasi antara nilai konsumen dengan loyalitas konsumen yaitu melalui kepuasan konsumen.

Posisi penelitian adalah mengadopsi model penelitian dari Afifi & Amini (2018) dengan tiga variabel bebas yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil dari dalam kualitas pelayanan yang akan diuji pengaruhnya terhadap satu variabel terikat, yaitu loyalitas konsumen, melalui 2 (dua) variabel *intervening*

yaitu kepercayaan konsumen dan nilai konsumen. Model penelitian ini akan diuji empiris pada konsumen yang mengunjungi Rumah Sakit Siloam Lippo Village. Hasil penelitian dapat memberikan kontribusi ilmu baru dalam ilmu manajemen rumah sakit, temuan yang hasilnya kurang baik dalam penelitian ini dapat memberikan implikasi manajerial sebagai acuan dan saran perbaikan dalam meningkatkan loyalitas konsumen yang menggunakan pelayanan di Rumah Sakit Siloam Lippo Village.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan landasan masalah yang terdapat pada latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya dan akan dianalisis dalam model penelitian ini, maka pertanyaan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas interaksi berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen di RS Siloam Lippo Village?
2. Apakah ada pengaruh positif kualitas lingkungan dengan kepercayaan konsumen RS Siloam Lippo Village?
3. Apakah ada pengaruh positif kualitas hasil dengan kepercayaan konsumen RS Siloam Lippo Village?
4. Apakah ada pengaruh positif kepercayaan konsumen dengan nilai konsumen RS Siloam Lippo Village?
5. Apakah ada pengaruh positif nilai konsumen dengan loyalitas konsumen RS Siloam Lippo Village?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif kualitas interaksi dengan kepercayaan konsumen di RS Siloam Lippo Village
2. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh positif kualitas lingkungan dengan kepercayaan konsumen RS Siloam Lippo Village
3. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh positif kualitas hasil dengan kepercayaan konsumen RS Siloam Lippo Village

4. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh positif kepercayaan konsumen dengan nilai konsumen RS Siloam Lippo Village
5. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh positif nilai konsumen dengan loyalitas konsumen RS Siloam Lippo Village

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan manfaat yang mencakup aspek manajemen di rumah sakit. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kumpulan informasi baru terhadap RS Siloam Lippo Village terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada RS Siloam yang sudah terstandarisasi JCI di area Tangerang. Data ini juga bisa digunakan sebagai saran untuk manajer atau petinggi rumah sakit tersebut. Dengan melihat apakah ada hubungan positif terhadap kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen dan nilai konsumen dengan loyalitas konsumen sehingga dapat membantu RS Siloam untuk meningkatkan loyalitas konsumennya dalam jangka panjang.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini, manfaat teoritis yang bisa didapatkan adalah menjadi sumbangan pengetahuan baru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam suatu Rumah Sakit. Hasil penelitian diharapkan menjadi acuan untuk peneliti-peneliti lainnya untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel yang lain khususnya dengan model kualitas pelayanan lainnya. Peneliti juga bisa mengembangkan lebih lanjut terkait penelitian ini.

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini disusun dengan sistematika penelitian yang terdiri dari 5 (lima) bab sebagai suatu alur dan adanya keterkaitan antar bab, sehingga penelitian ini menjadi suatu kesatuan yang lengkap sebagai naskah akademik. Sistematika dalam penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pertama terdiri dari Latar Belakang yang menjelaskan masalah penelitian dan fenomena tertentu yang akan digunakan dalam penelitian ini. Uraian selanjutnya adalah Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua ini adalah tinjauan pustaka yang berlandaskan teori-teori yang mendukung penelitian. Teori tersebut adalah pembahasan variabel-variabel yaitu loyalitas konsumen, nilai konsumen, kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan hubungan antar faktor melalui model penelitian. Temuan-temuan dari penelitian terdahulu terkait topik penelitian juga dicantumkan sebagai pendukung atau kontra terhadap penelitian yang dilakukan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ketiga menguraikan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, variabel-variabel, penentuan jumlah sampel, metode pengumpulan data dan metode analisis data. PLS-SEM adalah metode yang dijalankan analisis data dalam penelitian ini.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat menjelaskan mengenai hasil analisis dari perhitungan data menggunakan metode yang dipilih dan interpretasi hasil dari pengolahan data. Hasil mencakup data profil demografis responden, analisis deskriptif, analisis kuantitatif menggunakan PLS-SEM, diskusi dan pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan berisi pembahasan kesimpulan, hasil analisa yang telah diuraikan, implikasi manajerial dan saran-saran yang dapat digunakan untuk meningkatkan loyalitas konsumen di Rumah Sakit dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

