

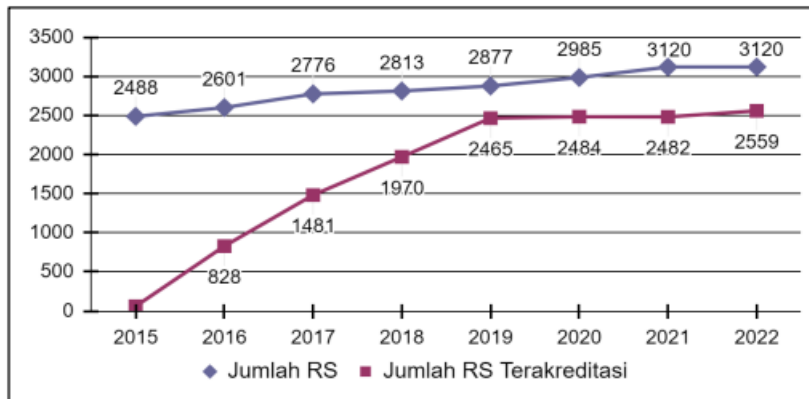
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kesehatan semakin maju dan berkembang seiring perkembangan dunia, serta merupakan aspek yang memegang peranan penting dalam kemajuan sebuah negara. Terlebih dengan adanya pandemi COVID-19 di tahun 2020, dunia semakin memperhatikan perkembangan industri kesehatan dan berbagai aspek lain yang menyertai perkembangan tersebut, diantaranya adalah peningkatan kesadaran akan mutu dan keselamatan pasien dan juga persaingan antar rumah sakit. Saat dan setelah pandemi COVID-19, industri kesehatan pada umumnya dan rumah sakit di seluruh dunia tertantang dan berlomba-lomba untuk meningkatkan mutu dan keselamatan pasien, meningkatkan kepuasan pasien, serta meningkatkan reputasi rumah sakit. Rumah sakit merupakan institusi kesehatan yang memberikan pelayanan kesehatan secara paripurna dan memerlukan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat bertahan dan berkembang sesuai perkembangan jaman. Di Indonesia sendiri, bisnis rumah sakit mengalami perkembangan yang pesat dari tahun ke tahun, terutama pada rumah sakit swasta.

Grafik 1.1 Peningkatan Jumlah Rumah Sakit dan Jumlah Akreditasi Rumah Sakit di Indonesia pada tahun 2015-2021.



Sumber: Laporan Akuntabilitas Kinerja Ditjen Pelayanan Kesehatan, 2022

Dari grafik diatas menunjukkan jumlah rumah sakit di Indonesia semakin bertambah setiap tahunnya, dengan total peningkatan sebesar 25% dari 2.488 rumah sakit di tahun 2015 menjadi 3.120 rumah sakit di tahun 2021. Selain itu, grafik diatas juga menunjukkan jumlah rumah sakit yang terakreditasi semakin meningkat dari tahun 2015-2021, menandakan banyak rumah sakit yang semakin sadar akan standar pelayanan yang baik dan bermutu untuk masyarakat. Data yang melandai di tahun 2021 dikarenakan tidak dilakukannya akreditasi sebagai dampak pandemi COVID-19 guna mencegah penyebaran infeksi lebih lanjut, dimana pemerintah mengeluarkan Surat Edaran Menteri Kesehatan Nomor HK.02.02/Menkes/455/2020 pada tanggal 29 Juli 2020 tentang Perizinan dan Akreditasi Fasilitas Pelayanan Kesehatan dan Penetapan Rumah Sakit Pendidikan pada Masa Pandemi COVID -19.

Tabel 1.1 Jumlah Rumah Sakit Pemerintah dan Swasta di Indonesia tahun 2010-2020

Jenis Rumah Sakit	Jumlah Rumah Sakit (2010)	Jumlah Rumah Sakit (2020)
Rumah Sakit Pemerintah	751	1043
Rumah Sakit Swasta	990	1900
Jumlah Total Rumah Sakit	1632	2943

Sumber : Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2020

Selanjutnya menurut tabel diatas dalam periode 2010-2020 rumah sakit pemerintah hanya tumbuh sebesar 39% dari 751 menjadi 1043 rumah sakit, sedangkan rumah sakit swasta tumbuh lebih signifikan sebesar 92% dari 990 menjadi 1900 rumah sakit, dimana rumah sakit swasta profit menguasai sekitar 67% dari pasar rumah sakit swasta. Dari segi demografis, pertumbuhan rumah sakit di pulau Jawa mencapai 50%, angka ini melebihi pulau lainnya di Indonesia seperti di Sulawesi sebesar 9% (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2020). Jumlah penduduk di Pulau Sulawesi di bulan Juni 2022 mencapai 20,34 juta jiwa (Kusnandar, 2022; Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, 2022), dan provinsi yang paling padat penduduknya adalah provinsi Sulawesi Selatan dengan jumlah sebesar 9,3 juta jiwa, dimana kota Makassar sebagai ibukota provinsi menjadi kota terpadat dengan jumlah penduduk 1,4 juta jiwa (Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, 2022). Dari data ini terlihat kota Makassar dapat menjadi kota yang representatif untuk menggambarkan kondisi sosial budaya masyarakat di pulau Sulawesi.

Potensi perkembangan bisnis rumah sakit di Indonesia tampak menjanjikan dan didukung demografi penduduk, dukungan anggaran dana dan kebijakan pemerintah, kesadaran masyarakat akan kesehatan yang meningkat, pandemi

COVID -19 yang belum benar-benar berakhir, serta maraknya pengusaha yang berbisnis di bidang rumah sakit terutama di era pandemi COVID -19. Pertumbuhan penduduk akan menuntut penambahan fasilitas pelayanan kesehatan khususnya rumah sakit. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Indonesia diproyeksikan akan terus meningkat dari 275 juta jiwa di tahun 2022 menjadi 294 juta jiwa di tahun 2030 (Badan Pusat Statistik, 2018). Potensi dari segi demografi lainnya yakni persebaran dan ketersediaan rumah sakit yang belum merata dan masih terkonsentrasi di pulau Jawa, sehingga potensi pembangunan rumah sakit diluar pulau Jawa menjadi lebih tinggi. Rasio jumlah tempat tidur per 1.000 jumlah penduduk (*hospital bed ratio*) di Indonesia masih dibawah standar WHO (3 tempat tidur rumah sakit : 1.000 orang penduduk), yakni 1.20 per 1.000 penduduk di tahun 2021, namun sudah mengalami peningkatan dari 1.04 di tahun 2017 (*Trading Economics*, 2023).

Peningkatan kuantitas dan kualitas dari rumah sakit di Indonesia membuat persaingan yang sengit dalam bisnis rumah sakit. Bukti dari *market competitiveness* ini tertuang dalam *Herfindahl-Hirschman Index* antara rumah sakit di Indonesia senilai 0,27 di tahun 2011 menjadi 0,32 di tahun 2016 (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2020). Rumah sakit swasta yang memiliki jejaring rumah sakit di banyak wilayah di Indonesia dan memiliki prospek bisnis yang positif di Indonesia antara lain : Siloam Hospitals Group, RS Mitra Keluarga Group, RS Hermina, RS Mayapada, EMC Healthcare, dan RS Primaya. Saat ini belum ditemukan data mengenai *ranking patient experience* dari rumah sakit di seluruh Indonesia. Dari data yang dapat ditemukan dari internet, ranking rumah sakit dapat

dilihat menurut *Ranking Web of World Hospital* yang dikembangkan oleh Webometrics untuk mengetahui aktifitas sains di internet, serta menurut rating dari *google review* untuk mengetahui potensi persaingan rumah sakit yang ada di Indonesia pada umumnya dan di kota Makassar pada khususnya.

Tabel 1.2 Ranking Rumah Sakit berdasar Ranking Web of Hospitals

Ranking di Indonesia	Ranking di Dunia	Institusi Rumah Sakit
1	3858	Rumah Sakit Mitra Keluarga Group
2	4005	Siloam Hospitals Group
3	4069	Rumah Sakit Dr Oen Surakarta
4	4486	Bali International Medical Centre Hospital
5	5471	Rumah Sakit Bunda Jakarta Hospital
6	6099	Rumah Sakit Pondok Indah
7	7541	Rumah Sakit Islam Jakarta
8	8612	Dharmais Cancer Hospital
9	8781	Rumah Sakit Panti Rapih
10	9035	Medistra Hospital

Sumber : Ranking Web of Hospitals Indonesia, 2023

Berdasarkan tabel diatas, Siloam Hospitals Group berada di posisi kedua dengan ranking dunia 4005 dibawah rumah sakit Mitra Keluarga Group dengan ranking dunia 3858. Dibangun tahun 1989, Mitra Keluarga Group memiliki jumlah rumah sakit yang lebih sedikit dibanding Siloam Hospitals group saat ini yakni sejumlah 26 rumah sakit dan persebarannya hanya dalam pulau Jawa saja (Mitra Keluarga website, 2023). Siloam Hospitals Group dibangun oleh Lippo Group pada tahun 1996 dan saat ini Siloam Hospitals Group menduduki jumlah rumah sakit terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 41 rumah sakit dan 25 klinik yang tersebar di setiap pulau di Indonesia (Siloam Hospitals website, 2023). Penelitian ini dilakukan pada salah satu cabang (*hospital unit*) yaitu Siloam Hospitals Makassar

yang berada di kota Makassar, Sulawesi Selatan. Siloam Hospitals Makassar sudah terakreditasi LAM-KPRS (Lembaga Akreditasi Mutu dan Keselamatan Pasien Rumah Sakit) pada tahun 2022. Rumah sakit ini menjadi pilihan pertama bagi masyarakat kota Makassar dan sekitarnya, serta pusat rujukan dari provinsi lainnya di Sulawesi, Maluku, NTT, dan Papua sebagai rumah sakit swasta bertaraf internasional dengan layanan unggulan di bidang kardiologi, ortopedi, urologi, gastroenterologi dan gawat darurat (Siloam Hospitals website, 2023). Oleh karena itu, rumah sakit ini dapat menjadi bahan analisis yang menarik untuk kajian manajemen rumah sakit swasta di wilayah Indonesia Timur. Disamping itu pasien / *customer* rumah sakit swasta cenderung memiliki status sosial ekonomi menengah ke atas serta memiliki tingkat pendidikan yang mumpuni, sehingga diharapkan dapat merefleksikan gambaran harapan dan ekspektasi pasien sebagai pelanggan rumah sakit.

Untuk provinsi Sulawesi Selatan pada khususnya di kota Makassar sebagai ibukota provinsi, terdapat 50 rumah sakit swasta di tahun 2021. Dari rumah sakit swasta di kota Makassar berdasarkan rating dari *google review*, didapatkan hasil sebagai berikut : Primaya Hospital Makassar (4,6), RS Bhayangkara Makassar (4,6), Siloam Hospitals Makassar (4,5), RS Pelamonia Makassar (4,3), RS Hermina Makassar (4,2), RS Stella Maris Makassar (4,1) dan RS Akademis Jaury (4,1) (Google, 2023). Dari rating *google review* diatas memperlihatkan Siloam Hospitals Makassar (SHMK) berada di posisi ketiga dengan selisih yang tipis, dan dikejar oleh rumah sakit swasta lainnya. Berdasarkan wawancara dengan direksi bagian

operasional, target rating *google review* untuk tahun 2022 adalah 4.6 sehingga belum mencapai target. Hal ini menjadi fenomena gap dalam penelitian ini.

Pelayanan rawat jalan diambil sebagai subjek penelitian karena pelayanan rawat jalan di suatu rumah sakit merupakan satu pintu utama dimana pasien dapat mengenal dan merasakan pengalaman berobat di rumah sakit. Layanan rawat jalan adalah titik kontak pertama pasien dengan rumah sakit dan menyediakan etalase setiap pelayanan kesehatan yang ditawarkan rumah sakit kepada masyarakat. Layanan rawat jalan mencerminkan kualitas layanan rumah sakit (Mohd & Chakravarty, 2014). Pasien rawat jalan bukan pasien dengan kondisi gawat darurat dan bukan pasien dengan kondisi lemah dan kritis. Pasien rawat jalan datang dengan kondisi cukup baik sehingga dapat dengan lebih sadar menilai pengalaman berobat yang dirasakan selama berada di rumah sakit. Tidak seperti pasien rawat inap yang mengalami pelayanan medis dengan jangka waktu lebih dari satu hari atau pasien unit gawat darurat yang mengalami pelayanan medis khusus, pasien rawat jalan hanya mendapat pelayanan medis dalam waktu yang cukup singkat dalam hitungan jam. Dalam waktu yang cukup singkat ini, pasien rawat jalan mendapat berbagai pengalaman mulai dari administrasi, konsultasi dokter, mendapat bantuan perawat rawat jalan, hingga ke pelayanan farmasi. Dari aspek-aspek pengalaman pasien di pelayanan rawat jalan inilah pasien mendapat gambaran umum tentang pelayanan rumah sakit secara keseluruhan. Perbedaan cara pembiayaan juga menjadi aspek dalam melihat persepsi dan ekspektasi pasien terhadap pelayanan rumah sakit. Pasien dengan pembiayaan umum dianggap dapat menggambarkan harapan dan ekspektasi pasien rumah sakit swasta, karena status sosial ekonomi menengah ke

atas dan juga status pendidikan yang mumpuni serta lebih dapat merekomendasikan rumah sakit kepada teman dan koleganya (Niakas, 2005; Khan, 2011).

Jumlah pasien rawat jalan di Siloam Hospitals Makassar secara keseluruhan pada tahun sejak tahun 2020 sampai Januari 2023 terangkum dalam tabel di bawah ini :

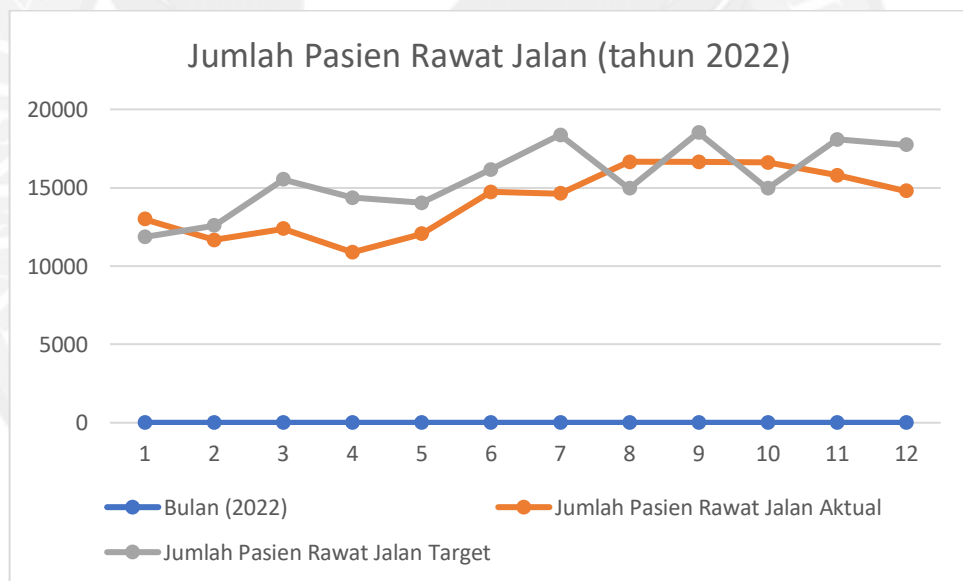
Tabel 1.3 Jumlah Pasien Rawat Jalan per Bulan di tahun 2020 sampai Januari 2023

Bulan	Jumlah Pasien Rawat Jalan			
	2020	2021	2022	2023
Januari	16,675	7,590	12,989	15,797
Februari	15,005	8,285	11,671	
Maret	11,886	10,905	12,371	
April	4,098	11,635	10,880	
Mei	3,855	10,010	12,057	
Juni	5,298	12,027	14,734	
Juli	5,640	10,325	14,636	
Agustus	6,566	10,116	16,642	
September	7,424	11,221	16,653	
Oktober	8,502	11,925	16,605	
November	9,316	11,633	15,789	
Desember	9,041	11,775	14,787	

Sumber : Data Outpatient Department Siloam Hospitals Makassar, 2023

Dari tabel diatas dapat terlihat jumlah pasien rawat jalan yang sudah tinggi di awal tahun 2020 lalu mengalami penurunan signifikan akibat munculnya pandemi COVID -19 di April 2020. Jumlah pasien rawat jalan berangsur-angsur meningkat kembali dimana Siloam Hospitals Makassar membangun rumah sakit darurat COVID diluar dari gedung utama. Di awal tahun 2022 Siloam Hospitals Makassar menargetkan jumlah kunjungan pasien rawat jalan agar kembali seperti masa sebelum pandemi COVID -19, dengan cara perbaikan pelayanan baik secara

fisik gedung maupun pelayanan medis. Dari segi fisik, dilakukan perluasan area lobby dan poli rawat jalan dan dari segi pelayanan medis dilakukan penambahan telemedicine atau telekonsultasi dokter, penambahan dokter spesialis, peremajaan alat medis, serta pelaksanaan program mutu dan keselamatan pasien dan telah menerima Akreditasi Paripurna dari LAM-KPRS di bulan September 2022. Departemen Pelayanan Rawat Jalan (*Outpatient Department*) memiliki target jumlah kunjungan pasien rawat jalan di tahun 2022 yang didapatkan dari pihak *finance* melalui proses proyeksi target (budget) untuk tahun berjalan, dan terlampir di grafik sebagai berikut :

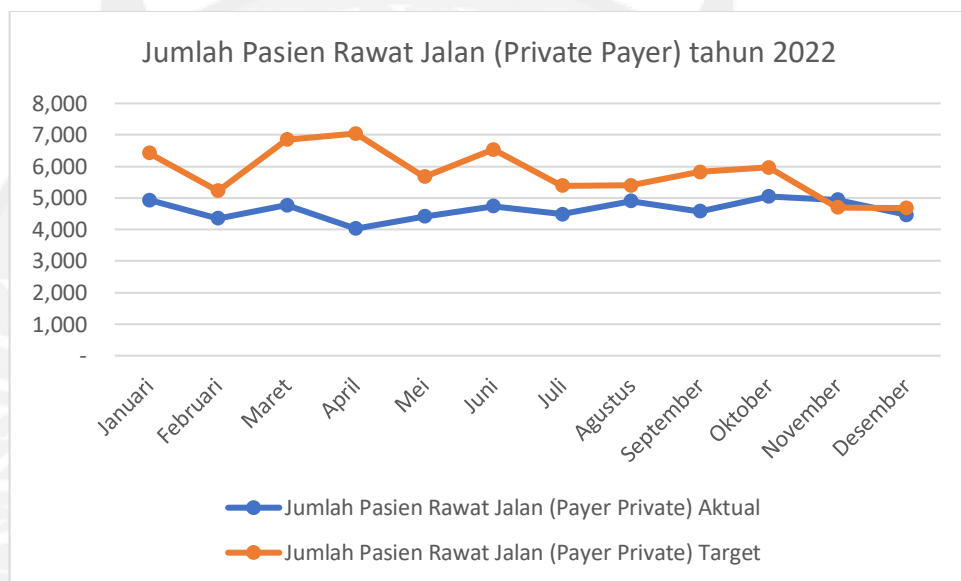


Grafik 1.2 Jumlah Pasien Rawat Jalan Aktual dan Target tahun 2022

Sumber : Data Outpatient Department Siloam Hospitals Makassar, 2023

Dari grafik diatas dapat terlihat target jumlah kunjungan pasien rawat jalan di tahun 2022 hanya tercapai dibulan Januari, Agustus, dan Oktober 2022, sedangkan sembilan bulan lainnya tidak mencapai target. Walaupun telah

mengalami peningkatan dari tahun 2020 dan tahun 2021, tetapi belum mencapai target yang diharapkan. Tampak data jumlah kunjungan pasien rawat jalan mengalami tren penurunan selama kuartal keempat tahun 2022. Untuk jumlah pasien rawat jalan dengan pembiayaan pribadi (*private payer*) terlampir pada grafik di bawah ini :



Grafik 1.3. Jumlah Pasien Rawat Jalan dengan Pembiayaan Pribadi (*Private Payer*) Aktual dan Target tahun 2022

Sumber : Data PowerBI Siloam Hospitals Makassar, 2023

Dari grafik tersebut, tampak bahwa jumlah aktual pasien rawat jalan dengan pembiayaan pribadi mencapai target hanya pada bulan November 2022, sedangkan kesebelas bulan lainnya tidak mencapai target. Melalui wawancara kepada direktur bagian keuangan / *finance*, didapatkan informasi bahwa jumlah pendapatan dari pelayanan rawat jalan khususnya dari pembiayaan *private* belum mencapai target tiap bulannya selama 2022. Dari segi finansial dan marketing, pasien dengan

pembiayaan pribadi ini masih potensial untuk dapat ditingkatkan lagi untuk mencapai target pendapatan yang ditentukan oleh perusahaan. Persepsi dan ekspektasi dari pasien pembiayaan pribadi berbeda dari persepsi pembiayaan BPJS, sehingga strategi marketing lebih akan mempengaruhi kepuasan pasien dengan pembiayaan pribadi. Pasien pembiayaan pribadi cenderung memiliki ekspektasi lebih terhadap pelayanan rumah sakit serta menyukai ketransparanan biaya dari setiap jenis pemeriksaan atau pelayanan medis yang mereka dapatkan (Tepper, 2023). Dari semua data pasien rawat jalan baik secara keseluruhan dan secara khusus pembiayaan pribadi di tahun 2022 belum mencapai target yang diharapkan oleh rumah sakit, serta rating dari *google review* juga belum mencapai target. Hal ini yang diangkat menjadi fenomena gap dalam penelitian ini.

Pelayanan kesehatan terbilang pelayanan yang cukup mahal bagi masyarakat dan berdampak dalam kehidupan sehari-hari, sehingga penyedia pelayanan kesehatan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan pasien ke rumah sakit dan meningkatkan profitabilitas rumah sakit adalah *word-of-mouth* (Chang, Tseng, Woodside; 2013). *Word of mouth* dalam pelayanan medis merujuk pada keinginan pasien untuk memberi informasi kepada lingkungan keluarga dan koleganya dengan tujuan membantu mereka dan menginformasikan ragam pelayanan medis yang sebelumnya didapatkan. Pasien yang memiliki pengalaman baik dan puas akan pelayanan rumah sakit cenderung memberikan *word of mouth* yang positif (Juhana, Manik, Fabrinella, Sidharta ; 2015). Hal ini yang diharapkan menjadi alat pemasaran yang kuat bagi reputasi rumah sakit, dan potensial meningkatkan kunjungan pasien rawat jalan ke rumah

sakit dengan merekomendasikan rumah sakit kepada keluarga, teman, dan orang yang membutuhkan pelayanan medis (Durmus & Akbolat, 2020; Akbolat, Cezer, Amarat ; 2021). Penelitian empiris terdahulu menemukan bahwa *word of mouth* menjadi media pemasaran yang baik bagi suatu perusahaan (Ahmadinejad, 2019), termasuk bagi rumah sakit (Dobele & Lindgreen, 2011; Martin, 2017; Akbolat *et al* , 2021). Semua dimensi dalam pengalaman dan kepuasan pasien pada seluruh pelayanan medis, walaupun memiliki hasil yang bervariasi, berhubungan dengan intensi *word of mouth* yang positif (Ferguson & Paulin, 2010). Oleh karena itu, *word of mouth* diambil sebagai variabel dependen yang akan diteliti, dimana dari literatur terdahulu didapatkan salah satu variabel yang berpengaruh positif terhadap *word of mouth* adalah *patient satisfaction* (Hsu, 2018; Akbolat *et al* , 2021; Upadhyay & Powers, 2021)

Kepuasan pasien atau *patient satisfaction* merupakan proses interaktif dimana dapat merefleksikan kualitas pelayanan medis yang diterima oleh pasien (Siripipatthanakul, 2021). *Patient satisfaction* bertajuk kepada sejauh mana harapan, tujuan, dan ekspektasi pasien dapat dipenuhi oleh rumah sakit di area pelayanan medisnya (Cham, Lim, Aik; 2014), sehingga menjadi salah satu indikator kesuksesan dari rumah sakit atau penyedia pelayanan kesehatan. Dalam dua dekade terakhir, pasien sebagai pelanggan rumah sakit semakin memperhatikan dan semakin vokal dalam menyuarakan kualitas pelayanan serta memiliki standar pelayanan medis yang tinggi. Pasien sebagai pelanggan merupakan aspek yang sangat penting dalam perubahan budaya pemasaran, sehingga rumah sakit perlu

memperhatikan *patient satisfaction* dalam strategi pemasarannya (Sreenivas, Srinivasarao, Rao; 2013).

Dalam ilmu marketing, salah satu pendekatan yang dipakai untuk mempengaruhi pengalaman dan kepuasan pasien secara positif di rumah sakit adalah strategi *marketing mix* / bauran pemasaran. Pemasaran perlu mengkaji kebutuhan dan ekspektasi konsumen untuk meraih tujuan pemasaran. (Sreenivas *et al*, 2013; Khumnualthong, 2015; Ravangard, Khodad, Bastani; 2020). *Marketing mix* awalnya diperkenalkan oleh Kotler ditahun 1997 terdiri dari empat elemen (4P) yakni *Product, Price, Place* , dan *Promotion*. Dengan perkembangan dan antusiasme terhadap aspek kepuasan pasien, model marketing mix dikembangkan menjadi dari tujuh elemen yang dikenal sebagai 7P , yakni : *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical evidence*, dan *Process* (Khumnualthong, 2015; Ravangard *et al*, 2020 ; Yessy, Yasri, Idris; 2021; Siripipatthanakul & Chana, 2021). Boom dan Bitner menambah elemen dalam marketing mix yakni 3P : *Process, People*, dan *Physical evidence* yang merupakan ciri khas dari strategi pemasaran jasa (Kristiyono, 2016). Hasil dari *marketing mix* inilah yang berpengaruh terhadap meningkatnya *patient satisfaction* (Ravangard *et al*, 2020; Siripipatthanakul & Chana, 2021).

Melalui observasi dan wawancara terhadap lima belas pasien dengan pembiayaan umum pada tanggal 17 Februari 2023 sampai 22 Februari 2023 yang mendapat pelayanan rawat jalan di Siloam Hospitals Makassar, didapatkan berbagai hal yang menjadi perhatian dan harapan pasien. Hal-hal tersebut adalah edukasi dan pelayanan medis yang diberikan oleh dokter, reputasi (*brand*) dokter

dan rumah sakit. sikap dan pelayanan dokter dan suster, keramahan dan kesigapan dokter dan petugas rumah sakit, rasa keamanan, kelengkapan alat medis, kejelasan proses administrasi dan respon staf, serta lokasi dan fasilitas gedung rumah sakit. Didapatkan pendapat positif dan negatif dari faktor-faktor yang disebutkan oleh pasien. Hal-hal tersebut merupakan faktor-faktor yang dinilai dalam 3P *marketing mix*. Faktor *people* (orang) terlihat dari perhatian pasien terhadap peran dan kompetensi dokter, kesigapan dan perhatian dokter, pelayanan dari perawat, dan respon petugas administrasi rumah sakit. Faktor *process* (proses) terlihat dari perhatian pasien terhadap alur pelayanan dari antrian administrasi dan pembayaran, alur pelayanan medis seperti waktu tunggu, proses pemberian atau pengiriman obat, rasa keamanan serta respon terhadap saran dan kritik pasien. Lalu faktor *physical evidence* (bukti fisik) terlihat dari perhatian pasien terhadap lokasi dan sarana prasarana rumah sakit baik dari eksterior maupun interior gedung, pencahayaan dan tata udara, toilet, furnitur dan papan penanda, serta peralatan medis yang tersedia. Strategi *marketing mix* ini kedepannya akan menambah nilai pada *patient satisfaction* (Khumnualthong, 2015; Chana, Siripipatthanakul, Nurittamont; 2021). *Patient satisfaction* merupakan antesenden dari *word of mouth*, dan memiliki hubungan yang positif (Upadhyay, 2017; Hsu, 2018; Akbolat *et al*, 2021). Oleh karena itu, pada model penelitian ini variabel *patient satisfaction* diuji sebagai variabel mediasi terhadap *word of mouth* sebagai variabel dependen. Posisi penelitian ini merupakan penelitian yang dimodifikasi dari model penelitian terdahulu (Chana *et al*, 2021; Ravangard *et al*, 2020). Tempat penelitian dimana model penelitian ini akan diuji secara empiris adalah pada pasien rawat jalan dengan

pembiayaan pribadi di Siloam Hospitals Makassar. Penelitian ini menganalisis pengaruh faktor-faktor dari *marketing mix* sebagai variabel independen terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Siloam Hospitals Makassar dan dampaknya terhadap *word of mouth*. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh anteseden dalam *patient satisfaction* di rawat jalan terhadap *word of mouth* yang positif dan memberikan referensi serta masukan kepada manajemen Siloam Hospitals Makassar dalam meningkatkan pelayanan rawat jalan serta turut serta berkontribusi dalam penambahan literatur mengenai kepuasan pasien dan *word of mouth* di sektor pelayanan kesehatan.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan paparan dalam latar belakang tentang fenomena gap yang terjadi serta model penelitian yang diajukan, penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *people* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien di layanan rawat jalan?
2. Apakah *process* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien di layanan rawat jalan?
3. Apakah *physical evidence* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien di layanan rawat jalan?
4. Apakah kepuasan pasien rawat jalan berpengaruh positif terhadap *word of mouth*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh positif *people* terhadap kepuasan pasien di layanan rawat jalan.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif *process* terhadap kepuasan pasien di layanan rawat jalan.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif *physical evidence* terhadap kepuasan pasien di layanan rawat jalan.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pasien di layanan rawat jalan terhadap *word of mouth*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat hasil penelitian ini dapat dilihat dari berbagai aspek antara lain aspek akademis dan aspek praktis. Manfaat akademis bertujuan untuk memberikan kontribusi terhadap penelitian lebih lanjut tentang penerapan teori *marketing mix* pada pelayanan rawat jalan. Referensi ini berasal dari hasil penelitian yang menguji pengaruh *marketing mix* sebagai antesenden *patient satisfaction* dan dampaknya terhadap *word of mouth*. Sedangkan manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan referensi bagi pihak manajemen Siloam Hospitals Makassar tentang faktor-faktor pelayanan yang perlu dipertahankan dan

ditingkatkan lebih lanjut dalam rangka meningkatkan kepuasan pasien di pelayanan unit rawat jalan. Dimana tujuan akhirnya adalah meningkatkan *word of mouth* yang positif dari pasien rawat jalan yang berimbas kepada citra rumah sakit serta untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien rawat jalan khususnya pasien pembiayaan pribadi.

1.5 Sistematika Penelitian

Kerangka tesis ini terdiri dari lima bab dan disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 menjelaskan tentang latar belakang permasalahan yang ditemui (fenomena gap), perumusan masalah yang dituangkan dalam pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat akademis dan praktis penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 menjelaskan teori dan tinjauan pustaka yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, serta yang dapat mendukung penelitian ini. Variabel penelitian juga dijabarkan dalam bab ini, yakni teori dan temuan literatur yang membahas tentang *marketing mix* khususnya 3P (*People, Process, Physical evidence*), *patient satisfaction* dan *word of mouth*. Di bab 2 ini juga dibahas mengenai kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab 3 menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, objek dan subjek penelitian, unit analisis, jenis penelitian, desain penelitian, jumlah sampel penelitian, kerangka konseptual, serta metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 menjelaskan tentang hasil pengolahan data dan analisis dari data yang didapatkan, memperoleh jawaban dari pertanyaan penelitian, serta menganalisa hasil jawaban penelitian untuk mendapatkan kesimpulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bertolak dari bab 4, bab 5 berisi kesimpulan yang telah didapatkan dan menjadi dasar untuk mendapatkan implikasi manajerial. Di bagian terakhir ini juga memberi saran kepada peneliti selanjutnya untuk membahas topik yang relevan dengan topik penelitian ini.