

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah sakit sebagai sektor jasa yang bergerak pada penyediaan layanan kesehatan, mengalami pertumbuhan yang signifikan dan memiliki prospek yang baik. Menurut data Buku Tahunan Statistik Kesehatan Tiongkok dan situs web Statistik *Organization of Economic Co-operation and Development* (OECD) (2020), dalam beberapa tahun terakhir China menjadi negara dengan Rumah Sakit sektor swasta yang paling berkembang pesat. Dimana mulai di tahun 2015, jumlah rumah sakit swasta melebihi rumah sakit publik China.

Masuknya Indonesia ke dalam persaingan pasar bebas menyebabkan jumlah rumah sakit di Indonesia semakin meningkat, baik rumah sakit swasta maupun umum. Menurut data yang dirilis oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, menyatakan tingkat pertumbuhan tahunan sektor rumah sakit swasta meningkat pesat dengan rata-rata 17,3%. Jumlah rumah sakit swasta hingga April 2018 mencapai 1.804 rumah sakit (Brata, 2019). Jumlah ini diperkirakan akan semakin bertambah dengan meningkatnya populasi penduduk, tingkat pengeluaran perawatan kesehatan yang semakin tinggi, meningkatnya risiko penyakit akibat gaya hidup, dan pertumbuhan pendapatan kelas menengah. Hal ini menyebabkan persaingan dalam industri bisnis rumah sakit saat ini sangatlah ketat. Di era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), BPJS (Badan Pengelola Jaminan Sosial) Kesehatan digunakan di hampir semua

rumah sakit baik swasta maupun umum, sehingga rumah sakit pemerintah juga harus bersiap menghadapi persaingan tersebut.

Kondisi ini membuat persaingan menjadi lebih ketat, karena konsumen memiliki sifat yang lebih selektif terhadap sebuah layanan. Mereka memiliki harapan yang lebih tinggi dan loyalitas yang rendah. Ditambah semakin majunya teknologi informasi, cara berfikir konsumen pun menjadi kritis. Belum lagi sensitifitas konsumen terhadap harga semakin meningkat.

Setiap rumah sakit harus dapat menggunakan berbagai cara untuk menarik pasien melalui kualitas layanan. Masyarakat cenderung menuntut layanan kesehatan yang lebih baik. Sehingga rumah sakit harus mencapai kepuasan pasien dalam berbagai strategi untuk mempertahankan pelanggan. Untuk mempertahankan pelanggan di era yang penuh persaingan ini, menurut Supriyanto dan Ernawati (2010), pola pikir rumah sakit saat ini harus diubah menjadi pelayanan yang berorientasi pada pelanggan atau pasien. Dimana pasien merupakan individu yang paling penting yang harus dipenuhi kebutuhan maupun harapannya. Individu yang menentukan pelayanan yang harus disediakan oleh rumah sakit serta merupakan titik tumpu kehidupan rumah sakit. Untuk itu rumah sakit terus dituntut untuk dapat memberikan pelayanan kesehatan yang optimal agar tidak ditinggalkan oleh pasiennya sebagai konsumen, yang secara tidak langsung pula akan memengaruhi pendapatannya.

Oleh karena itu dibutuhkan layanan kesehatan yang optimal. Kebutuhan dan keinginan konsumen untuk hidup sehat merupakan dasar bagi dunia kesehatan dalam mencapai keberhasilan pemasaran produk/jasa pasien,

dengan tujuan untuk tercapainya kepuasan pasien yang secara tidak langsung bisa menguatkan loyalitas pasien (Husaini, Panghiyangani, & Lenie, 2016).

Salah satu kiat yang diyakini oleh pemasar untuk meraih hal tersebut yaitu dengan menciptakan sistem pelayanan konsumen yang selalu mengarah pada kepuasan konsumen, seperti yang diungkapkan Kotler & Armstrong (1999) bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan pelayanan yang dirasakan (*perceived performance*) dengan harapan (*expectation*).

Menurut teori Levy dan Weitz (2001), ada empat aspek kepuasan konsumen yaitu *costumer knowledge*, *costumer experience*, *perceived service*, dan *situation producing satisfactory*. Dengan faktor pendorong yaitu komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan. Berdasarkan uraian diatas, kualitas pelayanan, *brand image* dan komunikasi menjadi faktor kepuasan pasien dan keluarga serta berkaitan dengan timbulnya loyalitas.

Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang pasien harapkan. Dengan kata lain kualitas pelayanan merupakan selisih antara pengharapan pelanggan atau keinginan pasien dengan persepsi pasien. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra rumah sakit di mata konsumen dalam hal ini pasien dan masyarakat yang menggunakan fasilitas kesehatan di rumah sakit (Husaini, 2016). Hal ini diungkapkan oleh Ali (2019),

bahwa kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Brand image atau citra merek merupakan aset tidak berwujud (*intangible asstes*) yang berharga bagi rumah sakit. Sebuah citra dan kualitas pelayanan yang baik pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas dan niat pembelian kembali. Kualitas pelayanan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada pelanggan, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai (Paradilla, 2021). Hal ini diungkapkan Nawi et al (2019) dalam penelitiannya, bahwa citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kotler dan Armstrong (1999) menyatakan bahwa konsumen lebih merasakan kepuasan dengan karyawan yang mempunyai kemampuan dalam teknik berinteraksi dengan orang lain dan mempunyai kemampuan dalam persepsi sosial agar mampu membaca perasaan, sikap dan keyakinan konsumen. Hal ini diungkapkan Laksonowati (2022) dalam penelitiannya, bahwa terdapat pengaruh positif yang sangat signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi keterampilan komunikasi interpersonal karyawan semakin tinggi kepuasan konsumen.

Rumah Sakit merupakan fasilitas pelayanan publik yang diperlukan sebagai fasilitas pendukung di bidang kesehatan dalam pembangunan derajat kesehatan dan ujung tombak pelayanan kesehatan. Namun tidak semua rumah sakit memiliki kualitas pelayanan yang sama, begitu pula dengan penilaian masyarakat akan pelayanan suatu rumah sakit akan berbeda antara satu dengan

yang lainnya. Dewasa ini rumah sakit yang ada di Sulawesi Utara semakin banyak, bahkan tak sedikit masyarakat menengah ke atas memilih memanfaatkan pelayanan rumah sakit luar negeri untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang lengkap.

Hal ini menunjukkan bahwa kesempatan masyarakat untuk memilih pelayanan kesehatan sesuai dengan yang pasien inginkan akan semakin terbuka lebar, dengan begitu bagi sebuah rumah sakit jika tetap ingin mempertahankan eksistensinya pasien harus memperhatikan mutu pelayanan yang diberikan kepada pasien. Bila pelayanan tidak menjadi prioritas utama, maka akan mengakibatkan gagalnya penjualan produk atau jasa, sehingga menurunkan profitabilitas (Rahmayanty, 2010).

Rumah Sakit Siloam Manado merupakan rumah sakit yang didirikan untuk memenuhi sarana prasarana kesehatan di wilayah Manado tepatnya beralamat di Boulevard Centre, Jl. Sam Ratulangi No. 22 Manado, Sulawesi Utara. RS Siloam Manado hadir dalam upaya untuk meratakan sarana prasarana kesehatan yang memadai dan sesuai dengan Standar Pelayanan Minimal (SPM) dalam bidang kesehatan. Terjadinya penurunan jumlah kunjungan pasien lama dan baru menunjukkan bahwa minat kunjungan pasien untuk melakukan kembali pelayanan di rumah sakit juga akan semakin menurun. Hal ini menggambarkan bahwa keputusan pasien untuk pemanfaatan rawat jalan di RS Siloam Manado masih rendah. Pemanfaatan rawat jalan yang belum optimal oleh masyarakat mengakibatkan utilisasi di rawat jalan belum sesuai dengan harapan manajemen yang berdampak loyalitas pasien untuk

berkunjung kembali ke rumah sakit untuk berobat jika dirinya atau keluarganya sakit.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bagian Urologi Rumah Sakit Siloam Manado, kunjungan pasien Urologi menurun dalam 1 (satu) tahun terakhir ini dan belum pernah dilakukannya penelitian terhadap tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan, *brand image* dan komunikasi dan dampaknya terhadap loyalitas pasien Urologi Rumah Sakit Siloam Manado. Serta adanya keluhan dari pasien dan keluarga bahwa petugas tidak memberikan komunikasi yang baik kepada keluarga pasien. Hal ini peneliti tertarik melakukan penelitian.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah disajikan diatas, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado?
2. Apakah *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado?
3. Apakah Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado?
4. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien Urologi di RS Siloam Manado?
5. Apakah *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien Urologi di RS Siloam Manado?

6. Apakah Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien Urologi di RS Siloam Manado?
7. Apakah Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien Urologi di RS Siloam Manado?
8. Apakah Kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado?
9. Apakah *Brand image* secara tidak langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado?
10. Apakah Komunikasi secara tidak langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menjawab dan menyelesaikan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, yaitu:

1. Mencari dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado.
2. Mencari dan menganalisa pengaruh *brand image* terhadap kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado
3. Mencari dan menganalisa pengaruh komunikasi terhadap kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado
4. Mencari dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien Urologi di RS Siloam Manado

5. Mencari dan menganalisa pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pasien Urologi di RS Siloam Manado
6. Mencari dan menganalisa pengaruh komunikasi terhadap loyalitas pasien Urologi di RS Siloam Manado
7. Mencari dan menganalisa pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien Urologi di RS Siloam Manado
8. Mencari dan menganalisa pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado
9. Mencari dan menganalisa pengaruh tidak langsung *brand image* terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado
10. Mencari dan menganalisa pengaruh tidak langsung komunikasi terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien Urologi di RS Siloam Manado.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Dapat menerapkan konsep-konsep ilmu pengetahuan, khususnya dalam materi kualitas, *brand image*, komunikasi, kepuasan dan loyalitas pasien dan memaparkan hasil kajian ilmiah sebagai sarana mencari solusi menangani permasalahan pada bidang yang terkait.
- b. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang perkembangan kualitas, *brand image*, komunikasi, kepuasan dan loyalitas pasien yang ada di rumah sakit.

1.4.2 Manfaat Praktis

c. Bagi Rumah Sakit Siloam Manado

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam menentukan kebijakan pengelolaan terutama tentang kualitas, brand image, komunikasi, kepuasan dan loyalitas pasien RS Siloam Manado

d. Bagi Petugas Kesehatan

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan evaluasi terhadap kinerja petugas kesehatan terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan kualitas, brand image, komunikasi, kepuasan dan loyalitas pasien RS Siloam Manado sehingga dapat meningkatkan kinerjanya pada waktu yang akan datang.

e. Bagi Pasien

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pasien tentang hak mereka memperoleh pelayanan yang berkualitas

1.5 Sistematika Penelitian

Tugas akhir berbentuk tesis ini memuat:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, keunggulan teoritis dan praktis penelitian, serta sistem penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan pemaparan teori dan hipotesis mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pasien.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan objek penelitian, lokasi, jenis penelitian, populasi dan sampel serta metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam bab ini, hasil penelitian diuraikan dan dianalisis dengan menggunakan metode penelitian tertentu yang sebelumnya telah ditentukan

Bab V PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan, implikasi, keterbatasan dan saran dari hasil penelitian.

