BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Rumah Sakit adalah salah satu sarana pelayanan kesehatan yang sangat penting dalam bagian jasa pelayanan kesehatan untuk memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas kepada masyarakat (Marzaweny, Hadiwidjojo dan Chandra, 2012, hlm. 565). Keberadaan rumah sakit saat ini semakin berkembang dan mengalami transformasi besar yang menjadikannya semakin kompetitif. Tidak hanya bersaing dengan rumah sakit lain di dalam negeri, pengobatan tradisional, atau pelayanan kesehatan lainnya, tetapi juga menghadapi kompetisi global dengan rumah sakit di luar negeri (Trisnantoro, 2018, hlm. 1).

Bertambahnya jumlah penduduk serta untuk memenuhi kebutuhan akan fasilitas kesehatan, jumlah rumah sakit di Indonesia semakin bertambah. Sejak tahun 2012 sampai dengan saat ini terdapat peningkatan sebesar rata-rata 5,2%. Menurut data Kementerian Kesehatan total jumlah rumah sakit di Indonesia tercatat pada tahun 2012 adalah 2.083 rumah sakit dan jumlah ini terus meningkat tiap tahunnya menjadi 2.820 rumah sakit pada tahun 2018. Pertumbuhan rumah sakit swasta dibandingkan rumah sakit pemerintah lebih pesat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 7%, sedangkan pertumbuhan rumah sakit pemerintah hanya sebesar 3% yang membuat persaingannya menjadi semakin ketat. Pada tahun 2012 terdapat 888 rumah sakit pemerintah dan 1.195 rumah sakit swasta, lalu pada tahun 2018 jumlah keduanya meningkat menjadi 1.016 rumah sakit pemerintah dan 1.804 rumah sakit swasta. Menurut data rumah sakit per regional juga dapat disimpulkan bahwa region 1 yakni DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, dan Banten memiliki jumlah rumah sakit terbanyak diantara region lainnya dan jumlahnya terus bertambah (Trisnantoro dan Listyani, 2018). Dengan melihat data yang ada dapat dipastikan bahwa jumlah rumah sakit di Indonesia semakin bertambah yang berarti persaingan antara rumah sakit semakin ketat. Dengan semakin ketatnya persaingan permasalahannya adalah bagaimana rumah sakit secara efektif dan efisien merebut

hati masyarakat dengan cara menumbuhkan citra yang positif dari pelayanannya (Djohan, 2015, hlm. 258).

Rumah sakit semestinya tidak hanya memberikan perawatan pada orang yang sakit, namun juga harus memperhatikan aspek kepuasan pemakai jasanya. Dengan semakin kritisnya masyarakat terhadap jasa pelayanan yang diterimanya, maka rumah sakit sepatutnya meningkatkan pelayanan medis dan pelayanan administratifnya (Pusat Kajian AKK UI, 2015). Rumah sakit yang responsif akan melakukan berbagai macam upaya untuk mengenali, melayani, dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan atau pasiennya. Hasilnya, siapa pun yang berhubungan dengan jasa yang diberikan rumah sakit itu akan puas dan selanjutnya akan memberikan komentar yang bagus mengenai rumah sakit tersebut yang akan disampaikan dari mulut ke mulut. Rumah sakit yang responsif akan lebih melekat di hati dan pikiran pelanggan atau pasiennya (Hartono, 2010, hlm. 31).

Banyak orang selain mementingkan kesembuhan dirinya, juga melihat kemudahan dan kenyamanan yang dapat diberikan rumah sakit dalam pelayanannya (Wati, 2018, hlm. 264). Persaingan Rumah Sakit akan semakin berat dan pasar akan semakin dewasa yang sangat berisiko terhadap meningkatnya tuntutan terhadap institusi rumah sakit maupun terhadap dokter dari para pelanggannya. Pelayanan kesehatan akan menjadi incaran utama masyarakat karena meningkatnya kebutuhan akan kesehatan, sedangkan persaingan akan berbasis pada mutu dan pelayanan (Djohan, 2015, hlm. 258).

Citra Rumah Sakit adalah hal yang penting karena dapat memengaruhi persepsi dan pilihan masyarakat terhadap rumah sakit. Sebuah rumah sakit yang responsif menaruh perhatian besar terhadap bagaimana masyarakat memandang rumah sakit secara keseluruhan termasuk yang terpenting adalah pelayanannya. Rumah sakit yang sama dapat dipandang baik oleh satu kelompok namun pada waktu bersamaan juga dapat dipandang buruk oleh suatu kelompok yang lain. Maka mencermati citra dari rumah sakit serta mengupayakan agar mendapat citra positif dari semua atau sebagian besar public menjadi sangat penting bagi sebuah rumah sakit. Citra yang baik akan lebih cepat terbentuk apabila rumah sakit dapat menciptakan kepuasan bagi para pelanggan/pasiennya serta berupaya agar orang

lain yang bukan atau belum menjadi pelanggannya tahu mengenai hal itu (Hartono, 2010, hlm. 43-45).

Nuryadin (2014) dalam Yulistia (2017) menyebutkan bahwa citra pelayanan kesehatan di Indonesia semakin menurun yang dapat dilihat dari tingginya minat masyarakat untuk berobat ke luar negeri. Hal ini disebabkan oleh belum terpenuhinya harapan pasien terhadap kelengkapan fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit dalam negeri (Yulistia, Razak dan Haeruddin, 2017, hlm. 429). Tercatat rata-rata terdapat 12.000 orang Indonesia per tahunnya yang pergi berobat ke Malaysia (Kementerian Kesehatan RI, 2010). Dalam sebuah artikel Tribun Jakarta, disebutkan bahwa terdapat peningkatan hampir 100% selama 10 tahun terakhir dari jumlah orang Indonesia yang berobat ke luar negeri. Jumlah orang berobat ke luar negeri ini pada tahun 2015 melonjak menjadi 600 ribu pasien dibandingkan pada tahun 2006 yang tercatat hanya 350 ribu orang pasien, (Sinaga, 2018).

Oliver mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen seseorang untuk membeli atau mendukung produk atau jasa yang disukainya di masa depan. Seseorang dapat memiliki/melewati beragam tingkat loyalitas, mulai dari tidak memperlihatkan loyalitas sampai loyalis berat (Kotler dan Keller, 2009, hlm. 138 dan 245). Tingginya loyalitas pasien menandakan pelayanan yang berkualitas serta sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan atau pasien. Loyalitas pelanggan akan terwujud apabila pelanggan memiliki keinginan untuk memanfaatkan kembali pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit dan mau merekomendasikan rumah sakit tersebut pada orang lain (*word of mouth*) sehingga dapat dikatakan bahwa kelangsungan hidup suatu rumah sakit dipengaruhi oleh loyalitas pasien/pelanggannya, maka mempertahankan pasien menjadi hal yang penting. Pelayanan yang baik dan berkualitas dapat diupayakan melalui beberapa cara misalnya menetapkan harga yang sesuai, menciptakan suasana yang nyaman bagi pengunjung, menjaga kebersihan, mendesain interior yang menarik, ataupun bersikap ramah kepada pasien ataupun pengunjung (Nuryani, Ismail dan Abdullah, 2017, hlm. 171). Dengan melihat masalah-masalah diatas, maka peneliti memutuskan untuk meneliti tentang hubungan citra rumah sakit dengan loyalitas pasien untuk membuktikan keterkaitannya.

Grup Rumah Sakit X pertama didirikan pada 29 Agustus 1998 di Pekanbaru dan telah berkembang serta membuka cabangnya di banyak kota besar di Indonesia, salah satunya adalah di Tangerang. Rumah Sakit X telah melayani banyak pasien dengan mengutamakan kualitas layanan dan keselamatan bagi pasien sejak 25 Agustus 2006. Rumah Sakit X sudah mendapat akreditasi nasional oleh KARS (Komite Akreditasi Rumah Sakit) dan internasional oleh *Joint Commission Internasional* (JCI) sejak tahun 2014. Rumah Sakit X telah mengupayakan pelayanan yang terbaik dengan didukung fasilitas yang baik, maka banyak pasien yang datang berobat atau menggunakan jasa dari Rumah Sakit X. Berdasarkan data sekunder tingkat kepuasan pasien di Rumah Sakit X dapat dilihat bahwa penilaian pasien di Rumah Sakit X beragam mulai dari sangat baik sampai sangat kurang dan mengalami fluktuasi setiap bulannya, tetapi didominasi oleh penilaian yang sudah baik, maka peneliti ingin mengetahui apakah dengan penilaian yang baik tersebut akan berdampak pada sikap loyal pasien terhadap rumah sakit atau tidak. Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melihat apakah citra Rumah Sakit X akan memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan atau pasien di Rumah Sakit X.

I.2 Rumusan Masalah

Jumlah rumah sakit di Indonesia semakin bertambah, hal ini berdampak pada persaingan antara rumah sakit yang menjadi semakin ketat. Dengan semakin ketatnya persaingan antara rumah sakit, permasalahan yang muncul adalah bagaimana rumah sakit secara efektif dan efisien merebut hati masyarakat dengan cara menumbuhkan citra yang positif dari pelayanannya. Maka dari itu rumusan masalah penelitian ini adalah apakah citra rumah sakit berhubungan dengan loyalitas pasien.

I.3 Tujuan Penelitian

I.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dari citra rumah sakit dengan loyalitas pelanggan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit X tahun 2019.

I.3.2 Tujuan Khusus

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan khusus, yakni adalah untuk:

- a. Mengetahui penilaian pasien terhadap identitas perusahaan (*corporate identity*) Rumah Sakit X
- b. Mengetahui penilaian pasien terhadap lingkungan fisik (*physical environment*) Rumah Sakit X
- c. Mengetahui penilaian pasien terhadap sikap pemberi pelayanan (*contact personnel*) Rumah Sakit X
- d. Mengetahui penilaian pasien terhadap pelayanan yang diberikan atau ditawarkan (*service offering*) Rumah Sakit X
- e. Mengetahui hubungan identitas perusahaan (*corporate identity*) dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit X
- f. Mengetahui hubungan lingkungan fisik (*physical environment*) dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit X
- g. Mengetahui hubungan sikap pemberi pelayanan (*contact personnel*) dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit X
- h. Mengetahui hubungan pelayanan yang diberikan atau ditawarkan (*service offering*) dengan loyalitas pelanggan di Rumah Sakit X
- i. Mengetahui tingkat loyalitas pasien di Rumah Sakit X.

I.4 Manfaat Penelitian

I.4.1 Bagi Rumah Sakit

Penelitian ini mengidentifikasi citra rumah sakit yang menjadi salah satu faktor pembentuk loyalitas pasien/pelanggan, sehingga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan atau strategi yang akan diambil oleh manajemen rumah sakit. Diharapkan penelitian ini dapat mengetahui tingkat loyalitas pelanggan/pasien dari rumah sakit dan dapat menjadi masukan atau saran bagi manajemen rumah sakit untuk memperkuat loyalitas pelanggan/pasien.

I.4.2 Bagi Responden

Penelitian ini mengukur penilaian citra rumah sakit di mata pasien dan tingkat loyalitas pasien, selain itu responden juga dapat menyampaikan saran dan

memberikan penilaian mengenai citra rumah sakit untuk perkembangan rumah sakit selanjutnya.

I.4.3 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk mengaplikasikan teori yang sudah didapat selama masa perkuliahan serta menjadi pengalaman bagi peneliti, sehingga meningkatkan pemahaman terhadap teori dan mengetahui kenyataan sesungguhnya yang ada di lapangan.

I.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah membahas tentang hubungan antara citra rumah sakit dengan loyalitas pelanggan. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini mencakup variabel citra rumah sakit [*corporate identity* (identitas perusahaan), *physical environment* (lingkungan fisik), *contact personnel* (pemberi pelayanan/pegawai), dan *service offering* (pelayanan yang diberikan)], serta variabel dependen yakni loyalitas pelanggan (*first time costumer*, *repeat costumer*, *client*, dan *advocates*) di Rumah Sakit X tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode analitik kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional* dengan teknik pengambilan data dari data primer dengan instrumen penelitian berupa kuesioner dan data sekunder dari data-data rumah sakit. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *Purposive Sampling* dari sampel pasien rumah sakit yang memenuhi kriteria inklusi yang dilakukan selama bulan Mei – Juni 2019 di Rumah Sakit X yang dianalisis dengan menggunakan uji *chi square*.