

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum RS Kasih Ibu Surakarta

a. Sejarah Berdirinya RS Kasih Ibu Surakarta

Pada awal berdirinya, Rumah Sakit Kasih Ibu merupakan Rumah Sakit Bersalin. Rumah Sakit Bersalin tersebut berada di bawah naungan Yayasan “Kasih Ibu”. Yayasan “Kasih Ibu” sendiri didirikan pada hari Sabtu tanggal 16 Juni 1979 di Surakarta oleh : Bapak Hadi Soebroto; Bapak Robby Sumampow; Bapak Dokter H. Abdullah Hafid Zaini, SpOG. Pendirian Yayasan “Kasih Ibu” tersebut dilakukan dihadapan Notaris Soehartinah Ramli. Adapun maksud dan tujuan pendirian Yayasan “Kasih Ibu” adalah untuk dimanfaatkan bagi kemanusiaan dan membantu pemerintah di bidang pengobatan dan bidang sosial.

Dalam perkembangannya, Rumah Bersalin Kasih Ibu mengalami pasang surut dan berbagai perubahan terus terjadi. Pada tahun 1981 Dr. Lo Siauwing bergabung, dengan demikian terjadi perombakan struktural dan pada tahun 1982 ditingkatkan menjadi Rumah Sakit Umum atas pertimbangan kebutuhan akan jasa layanan kesehatan masyarakat dan atas usul IKES (Inspektur

Kesehatan). Sebagai Rumah Sakit Umum, RS. Kasih Ibu tidak hanya memberikan pelayanan kesehatan seputar masalah kebidanan dan penyakit kandungan saja tetapi juga untuk berbagai jenis penyakit yang lain. Oleh karena itu, sejak tahun 1982 RS. Kasih Ibu semakin berkembang dalam memberikan pelayanan kesehatan dengan merintis Klinik Umum, Klinik Gigi, dan juga beragam Poliklinik Spesialis.

Dibawah kepemimpinan Dr. Lo Siauwing, pada tahun 1983 – 1984 dilakukan perluasan gedung rumah sakit sehingga kapasitasnya menjadi 95 tempat tidur. Dengan adanya kemajuan yang pesat maka Direksi mengusulkan perluasan gedung 5 lantai dan usulan ini disetujui oleh Yayasan Kasih Ibu.

Pelaksanaan pembangunan gedung 5 lantai dengan atap joglo yang merupakan jati diri daerah Surakarta dimulai tanggal 20 September 1989 ditandai dengan pemancangan tiang pancang pertama oleh bapak Walikota Surakarta, Bapak R. Hartomo dan selesai tepat waktu tanggal 20 Desember 1990 (15 bulan) dan pada tanggal 2 Februari 1991 dilakukan peresmian oleh Bapak Gubernur Jawa Tengah, Bapak H. Ismail dengan kapasitas 145 tempat tidur.

Pada tahun 1991, Rumah Sakit Kasih Ibu Surakarta menjadi juara pertama dalam lomba bidang pelayanan kesehatan,

kebersihan dan ketertiban Rumah Sakit tingkat Jawa Tengah dan menjadi juara pertama lomba Rumah Sakit tingkat Nasional dalam kategori Rumah Sakit Swasta Klas Utama.

Pada tahun 1995 Rumah Sakit Kasih Ibu telah mampu melakukan bedah laparoskopi, pembedahan dengan luka sangat minimal dan resiko lebih kecil yang dilakukan oleh Dr. Sugandi Hardjanto, SpB yang merupakan dokter bedah umum tetap Rumah Sakit Kasih Ibu. Pada tahun 1998 Rumah Sakit Kasih Ibu mendapat Sertifikat Akreditasi Penuh dari Departemen Kesehatan Republik Indonesia sebagai pengakuan bahwa Rumah Sakit Kasih Ibu telah memenuhi standar pelayanan Rumah Sakit yang meliputi 5 pokja.

Pada tanggal 22 Juli 2009 Rumah Sakit Kasih Ibu Surakarta mendapatkan Sertifikat Akreditasi Penuh dari Departemen Kesehatan Republik Indonesia sebagai pengakuan bahwa Rumah Sakit Kasih Ibu telah memenuhi standar pelayanan Rumah Sakit yang meliputi 12 pokja.

Pada tanggal 1 Maret 2012 Rumah Sakit Kasih Ibu Surakarta mendapatkan sertifikat sebagai Rumah Sakit Umum Kelas B sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Kesehatan No

HK.03.05/1/356/12 tentang Penetapan Kelas Rumah Sakit Umum Kasih Ibu.

Pada tanggal 26 Januari 2015 Rumah Sakit Kasih Ibu Surakarta mendapatkan Sertifikat Akreditasi Rumah Sakit dari Komisi Akreditasi Rumah Sakit dengan predikat Lulus Akreditasi Tingkat Paripurna. Hal ini merupakan salah satu upaya RS. Kasih Ibu Surakarta untuk tetap mempertahankan mutu pelayanan dengan menjalankan pelayanan sesuai dengan Standar Akreditasi Rumah Sakit.

b. Visi, Misi, dan Tujuan RS Kasih Ibu Surakarta

RS Kasih Ibu Surakarta merupakan sarana pelayanan kesehatan untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. RS Kasih Ibu Surakarta mempunyai visi sebagai berikut:

“Menjadi Rumah Sakit unggulan dan terpercaya di Surakarta dan sekitarnya”.

Visi tersebut berupaya diwujudkan dengan menerapkan misi: senantiasa berdedikasi mengutamakan keselamatan pasien dengan memberikan pelayanan kesehatan secara profesional dan bermutu tinggi. Misi tersebut bertujuan untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat serta menurunkan angka kesakitan dengan

menyediakan layanan kesehatan yang bermutu dan mandiri dalam pengembangan Rumah Sakit.

c. Fasilitas RS Kasih Ibu Surakarta

1) Layanan Instalasi Gawat Darurat dan *Emergency Call*

Pelayanan di Instalasi Gawat Darurat diselenggarakan dalam 24 jam dengan didukung fasilitas kegawatdaruratan yang memadai dan kompetensi SDM yang berkualitas. Pelayanan yang cepat dan tepat kami utamakan dalam penanganan kasus-kasus kegawatdaruratan.

2) Layanan Rawat Jalan

Pelayanan Rawat Jalan di RS Kasih Ibu melayani dari hari Senin sampai dengan Minggu, pendaftaran bisa dilakukan melalui telepon, *Whatsapp* ataupun langsung datang ke loket pendaftaran. Rumah Sakit Kasih Ibu Surakarta memiliki pelayanan rawat jalan sebagai berikut :

- a) Poliklinik Gigi
- b) Klinik Imunisasi Terpadu : meliputi pelayanan imunisasi, layanan KB, senam dan pijat bayi, dan senam hamil.
- c) Layanan Home Care Laktasi, Home Care Luka Diabetes, dan Home Care Umum.
- d) Poliklinik Spesialis dan Sub Spesialis

- e) Klinik Khusus :
- (1) Klinik Diabetes Terpadu
 - (2) Klinik Gizi
 - (3) Klinik Akupuntur dan Nyeri
 - (4) Klinik Kosmetik Medik
 - (5) Klinik Psikologi
 - (6) Klinik Onkologi-Ginekologi
 - (7) Klinik Tumbuh Kembang Anak
 - (8) Klinik Laktasi
 - (9) Klinik KT HIV
 - (10) Klinik DOTS
 - (11) Klinik Kaki
- f) Unit Hemodialisa dengan 20 mesin untuk hemodialisa regular, 2 mesin untuk hemodialisa pasien dengan HBSAg positif.
- g) Pelayanan *Medical check-up* : Paket Jantung, Paket Pra Nikah dan Paket Umum.
- h) Pelayanan Kemoterapi
- i) Pelayanan CAPD
- j) Pelayanan Poliklinik Hari Minggu (Poli Anak, Poli Kandungan, Poli Penyakit Dalam, Poli THT dan Poli Kulit dan Kelamin)

3) Layanan Rawat Inap

Rumah Sakit Kasih Ibu Surakarta memiliki ruangan rawat inap sebagai berikut :

- a) Ruang Perawatan Intensif, meliputi pelayanan :
 - (1) ICU/ICCU
 - (2) PICU/NICU
 - (3) Ruang Khusus Isolasi
- b) Ruang High Care Unit (HCU) Neonatus
- c) Beberapa Ruang Pelayanan Rawat Inap dengan berbagai jenis pelayanan meliputi :
 - (1) Ruang Wisnu (di lantai 5, terdiri dari ruangan Super VIP, Super VIP Maternal, VIP A, VIP B, Ruang Bersalin dan Kamar Bayi VIP).
 - (2) Ruang Ayodya (di lantai 5, terdiri dari ruangan Super VIP)
 - (3) Ruang Perawatan untuk anak – anak terdiri dari :
 - (a) Ruang Rama (di lantai 4, kelas VIP A)
 - (b) Ruang Indra (di lantai 4, kelas VIP B)
 - (c) Ruang Krisna (di lantai 4, kelas I)
 - (d) Ruang Nakula (di lantai 4, kelas II)
 - (e) Ruang Sadewa (di lantai 4, kelas III)

- (4) Ruang Perawatan untuk dewasa terdiri dari :
 - (a) Ruang Amarta (di lantai 3, kelas VIP A)
 - (b) Ruang Wirata (di lantai 3, kelas I)
 - (c) Ruang Ismaya (di lantai 3, kelas VIP B)
 - (d) Ruang Pandu (di lantai 3, kelas VIP B)
 - (e) Ruang Narada (di lantai 3, kelas II)
 - (f) Ruang Bisma (di lantai 4, kelas VIP B)
 - (g) Ruang Arjuna (di lantai 4, kelas II)
 - (h) Ruang Kamajaya (di lantai 4, kelas III)
 - (i) Ruang Khusus Isolasi (di lantai 4)
- (5) Ruang Bersalin dan Kamar Bayi (di lantai 2)
- (6) Ruang Perawatan untuk Ibu Bersalin terdiri dari :
 - (a) Ruang Shinta (di lantai 2, kelas VIP B)
 - (b) Ruang Ratih (di lantai 2, kelas II)
 - (c) Ruang Srikandi (di lantai 2, kelas III)
- (7) Ruang Kamar Operasi (di lantai 2)
- (8) Ruang Kemoterapi (di lantai 5)

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner persepsi konsumen terhadap pelayanan rumah sakit. Uji validitas instrumen dan reliabilitas instrumen dilakukan melalui uji coba terhadap 30 responden. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas Instrumen

Hasil pengujian instrumen perspsi konsumen terhadap pelayanan rumah sakit, dapat dideskripsikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Butir Ke	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Status (Batas Kritis 0,3)
1	0,468	Valid
2	0,453	Valid
3	0,473	Valid
4	0,459	Valid
5	0,501	Valid
6	0,451	Valid
7	0,472	Valid
8	0,472	Valid
9	0,469	Valid
10	0,472	Valid
11	0,474	Valid
12	0,433	Valid
13	0,443	Valid
14	0,417	Valid
15	0,438	Valid
16	0,425	Valid
17	0,469	Valid
18	0,449	Valid
19	0,392	Valid
20	0,438	Valid
21	0,437	Valid
22	0,434	Valid

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam instrumen persepsi konsumen terhadap pelayanan valid karena mempunyai nilai *corrected item-total correlation* lebih dari 0,3.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Hasil uji reliabilitas didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,869. Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang lebih dari 0,7, disimpulkan bahwa instrumen persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan rumah sakit reliabel.

3. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Frekuensi	%
1.	Usia		
	≤ 30 tahun	4	8,0
	31 – 40 tahun	12	24,0
	41 – 50 tahun	24	48,0
	51 – 60 tahun	8	16,0
	> 60 tahun	2	4,0
	Jumlah	50	100,0
2.	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	22	44,0
	Perempuan	28	56,0
	Jumlah	50	100,0
3.	Pendidikan		
	SD	2	4,0
	SMP	14	28,0
	SMA	21	42,0
	Universitas	13	26,0
	Jumlah	50	100,0
4.	Pendapatan Perbulan		
	< Rp. 1.000.000,00	17	34,0
	Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.500.000,00	16	32,0
	Rp. 2.500.000,00 – Rp. 5.000.000,00	13	26,0
	> Rp. 5.000.000,00	4	8,0
	Jumlah	50	100,0

No.	Karakteristik	Frekuensi	%
5.	Pekerjaan		
	Karyawan	12	24,0
	Pegawai Negeri	10	20,0
	Pengusaha	10	20,0
	Petani	5	10,0
	Lain-lain	13	26,0
	Jumlah	50	100,0

Tabel di atas menunjukkan bahwa berdasarkan usia, sebagian besar responden berusia 41 – 50 tahun, yaitu 24 responden (48,0%), dan paling sedikit yang berumur > 60 tahun, yaitu 2 responden (4,0%). Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden adalah perempuan, yaitu 28 responden (56,0%). Berdasarkan pendidikan, sebagian besar responden berpendidikan SMA, yaitu 21 responden (42,0%), dan paling sedikit yang berpendidikan SD, yaitu 2 responden (4,0%). Berdasarkan pendapatan perbulan, sebagian besar responden berpendapatan < Rp. 1.000.0000,00, yaitu 17 responden (32,0%), dan paling sedikit yang berpendapatan > Rp. 5.000.000,00, yaitu 4 responden (8,0%). Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden adalah lain-lain, yaitu 13 responden (26,0%), dan paling sedikit yang mempunyai pekerjaan sebagai petani, yaitu 5 responden (4,0%).

4. Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit

Persepsi terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dalam penelitian ini diinterpretasi dengan mengacu pada nilai grand mean dari kualitas pelayanan untuk tiap dimensi. Interpretasi terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dilakukan dengan membuat interval

kelas dengan jumlah kelas sebanyak 5 kelas pada rentang skor 1 sampai 4. Masing-masing interval kelas tersebut kemudian ditafsirkan dengan kalimat kualitatif. Adapun interval kelas dan penafsirannya adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,60 = Sangat Tidak Baik

1,61 – 2,20 = Tidak Baik

2,21 – 2,80 = Sedang

2,81 – 3,40 = Baik

3,41 – 4,00 = Sangat Baik

Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dapat dideskripsikan sebagai berikut:

a. Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Dimensi *Tangibles*

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan persepsi terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dimensi *tangibles* sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Dimensi *Tangibles*

No.	Rumah Sakit	Grand Mean	Kategori
1.	RS. Kasih Ibu	3,10	Baik
2.	RS. X	3,27	Baik
3.	RS. Y	3,18	Baik

Tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dimensi *tangibles* kategori baik pada semua rumah sakit.

b. Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Dimensi *Reliability*

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan persepsi terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dimensi *reliability* sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Dimensi *Reliability*

No.	Rumah Sakit	Grand Mean	Kategori
1.	RS. Kasih Ibu	3,16	Baik
2.	RS. X	3,18	Baik
3.	RS. Y	3,06	Baik

Tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dimensi *reliability* kategori baik pada semua rumah sakit.

c. Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Dimensi *Responsiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan persepsi terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dimensi *responsiveness* sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Dimensi *Responsiveness*

No.	Rumah Sakit	Grand Mean	Kategori
1.	RS. Kasih Ibu	3,18	Baik
2.	RS. X	3,07	Baik
3.	RS. Y	3,02	Baik

Tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dimensi *responsiveness* kategori baik pada semua rumah sakit.

d. Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Dimensi *Assurance*

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan persepsi terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dimensi *assurance* sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Dimensi *Assurance*

No.	Rumah Sakit	Grand Mean	Kategori
1.	RS. Kasih Ibu	3,12	Baik
2.	RS. X	3,10	Baik
3.	RS. Y	3,05	Baik

Tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dimensi *assurance* kategori baik pada semua rumah sakit.

e. Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Dimensi *Emphaty*

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan persepsi terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dimensi *emphaty* sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Deskripsi Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Dimensi *Emphaty*

No.	Rumah Sakit	Grand Mean	Kategori
1.	RS. Kasih Ibu	2,94	Baik
2.	RS. X	3,07	Baik
3.	RS. Y	3,15	Baik

Tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan rumah sakit dimensi *emphaty* kategori baik pada semua rumah sakit.

5. *Positioning* Rumah Sakit Kasih Ibu Surakarta Berdasarkan Persepsi Masyarakat Pengguna Pelayanan Kesehatan

Pada langkah awal *positioning* RS Kasih Ibu, dilakukan analisis pesaing. Analisis ini penting dilakukan agar RS Kasih Ibu dapat mengidentifikasi pesaing terdekat, dan kemudian dapat mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan rumah sakit dibandingkan dengan pesaingnya. Pesaing utama RS Kasih Ibu adalah rumah sakit yang sama-sama dalam kategori B, yaitu RS X Surakarta dan RS Y Surakarta.

Penentuan pesaing terdekat dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat *euclidean distance* (jarak euclidean). Nilai jarak euclidean yang lebih kecil menunjukkan persaingan yang semakin dekat. Jarak euclidean dihitung dengan melihat nilai koordinat pemetaan menggunakan *multidimensional scale* (MDS). Seberapa baik pemetaan dengan *multidimensional scale* (MDS) dilihat dari nilai Stress. Hasil analisis data didapatkan nilai Stress Kruskal sebesar 0,00000 atau sebesar 0,00%. Berdasarkan nilai Stress tersebut, maka bisa disimpulkan bahwa pemetaan MDS termasuk dalam kategori sempurna.

Berdasarkan hasil analisis MDS didapatkan koordinat masing-masing rumah sakit sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Koordinat Rumah Sakit dalam Pemetaan MDS

No.	Rumah Sakit	Koordinat	
		X	Y
1.	RS Kasih Ibu	-0,757	-2,404
2.	RS X	-2,117	0,058
3.	RS Y	-1,918	1,393

Berdasarkan koordinat pemetaan MDS di atas, dapat dihitung jarak euclidean. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Jarak Euclidean} = \sqrt{(Xz - Xi)^2 + (Yz - Yi)^2}$$

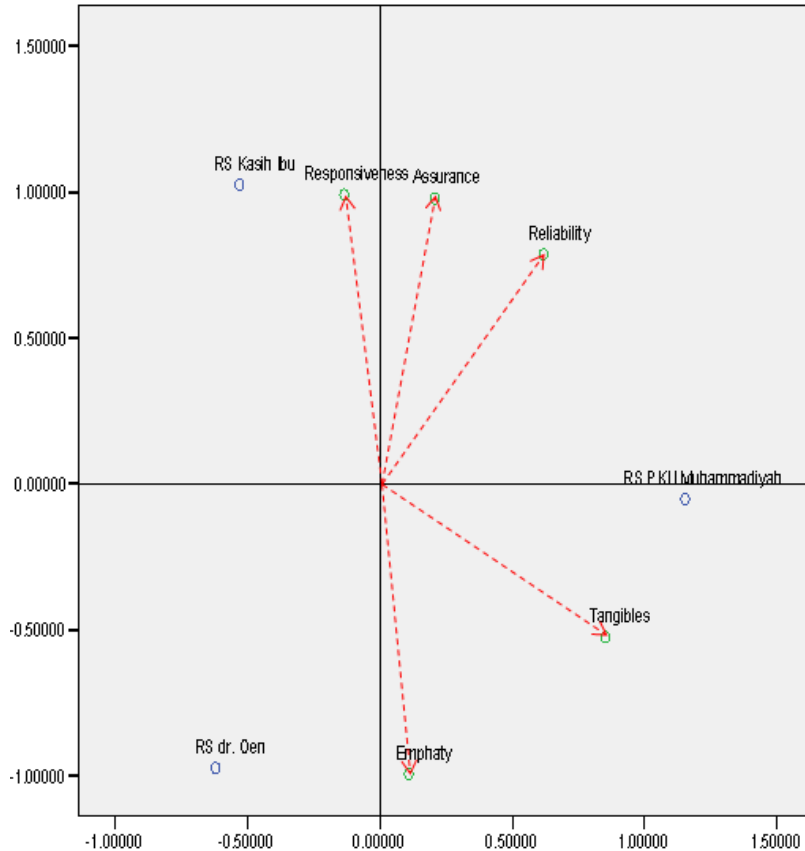
Dimana Xz dan Yz adalah koordinat RS Kasih Ibu dan Xi dan Yi adalah koordinat rumah sakit pesaing. Adapun perhitungan jarak euclidean dapat dideskripsikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Jarak Euclidean dan Rangking Pesaing Terdekat

Rumah Sakit Pesaing	RS Kasih Ibu		RS Pesaing		Jarak	
	Xz	Yz	Xi	Yi	Euclidean	Rank.
RS X	-0,757	-2,404	-2,117	0,058	2,8127	1
RS Y	-0,757	-2,404	-1,918	1,393	3,9705	2

Tabel di atas menunjukkan bahwa RS X Surakarta merupakan pesaing terdekat RS Kasih Ibu Surakarta. Hal ini dilihat dari jarak euclidean yang lebih kecil.

Selanjutnya untuk melihat dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang menjadi positioning masing-masing rumah sakit, dilakukan pemetaan dengan menggunakan biplot. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Pemetaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Menggunakan Biplot

Gambar di atas menunjukkan bahwa RS X Surakarta merupakan pesaing utama dari RS Kasih Ibu Surakarta. RS X Surakarta, lebih menonjol dalam dimensi *tangibles* dan *emphaty*. RS Kasih Ibu Surakarta lebih menonjol pada dimensi *responsiveness*, dan pada tingkat yang lebih rendah adalah dimensi *reliability* dan *assurance*. Adapun RS Y Surakarta tidak secara spesifik menonjol satu dimensi kualitas pelayanan berdasarkan persepsi pasien. Dimensi yang walaupun tidak terlalu menonjol tetapi paling dekat adalah *emphaty*.

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *positioning* RS Kasih Ibu Surakarta berdasarkan persepsi konsumen tentang pelayanan, mempunyai pesaing utama RS X Surakarta. RS X Surakarta, lebih menonjol dalam dimensi *tangibles* dan *emphaty*. RS Kasih Ibu Surakarta lebih menonjol pada dimensi *responsiveness*, dan pada tingkat yang lebih rendah adalah dimensi *reliability* dan *assurance*. Adapun RS Y Surakarta tidak secara spesifik menonjol satu dimensi kualitas pelayanan berdasarkan persepsi pasien. Dimensi yang walaupun tidak terlalu menonjol tetapi paling dekat adalah *emphaty*.

Positioning adalah tindakan yang dilakukan perusahaan untuk membuat citra produk dan hal-hal yang ingin ditawarkan kepada pasarnya berhasil memperoleh posisi yang jelas dan mengandung arti dalam benak sasaran konsumennya.⁸ Strategi *positioning* penting dilakukan setiap perusahaan termasuk rumah sakit dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Apabila melihat hasil penelitian di atas, maka terlihat bahwa RS Kasih Ibu menerapkan strategi untuk menghadapi pesaingnya terdekat yaitu RS X Surakarta dengan menerapkan strategi untuk memprioritaskan *responsiveness* dan *assurance*. Pemilihan strategi ini dinilai tepat apabila melihat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pesaing utama RS

Kasih Ibu adalah RS X Surakarta. Strategi *positioning* untuk menghadapi pesaingnya, dilakukan dengan mempertimbangkan kekuatan organisasi dan peluang yang ada.

Berkenaan dengan strategi bersaing, maka rumah sakit harus memperhatikan pasar dan memperhitungkan perubahan yang terjadi pada lingkungan kesehatan eksternalnya ketika menyusun strateginya karena mereka masih merasa bahwa pasienlah yang membutuhkan rumah sakit. Keadaan sekarang sudah berubah karena jumlah rumah sakit pesaing lebih banyak. Penelitian pasar penting artinya bagi rumah sakit sebagai sarana mendapatkan informasi tentang apa yang sebenarnya dicari pasien ketika mereka membutuhkan layanan rumah sakit, dan apa yang membuat mereka puas atau tidak puas terhadap jasa rumah sakit yang diterima.³

Apabila melihat pendapat di atas, maka manajemen RS Kasih Ibu harus memperhatikan lingkungan eksternalnya dan melakukan analisis pasar untuk melihat kondisi pesaingnya. Apabila dilihat dari sarana prasarana fisik, maka RS Kasih Ibu masih relatif kalah bersaing dengan RS X Surakarta. Pengadaan sarana dan prasarana fisik memerlukan modal yang besar sehingga tidak memungkinkan untuk dilakukan khususnya dalam jangka pendek, sehingga strategi ini kurang tepat dijadikan sebagai pilihan utama. Hal ini menyebabkan RS Kasih Ibu

harus menciptakan strategi bersaing lain, agar dapat bertahan di era persaingan yang semakin ketat.

Pilihan strategi *responsiveness* dan *assurance* dinilai tepat. Parasuraman menyatakan bahwa *responsiveness* yaitu bisa menjawab kebutuhan atau bisa diartikan dengan kemampuan untuk menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Adapun *assurance* yaitu jaminan atau ketenangan. Ini meliputi pengetahuan dan rasa hormat para karyawan dan kemampuan mereka. Termasuk juga didalamnya yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan, kesopanan dan hormat pada konsumen, keaktifan dalam berkomunikasi dengan konsumen dan sikap mereka secara keseluruhan.¹⁴

Responsiveness dan *assurance* merupakan dimensi pelayanan yang penting dalam industri rumah sakit. Hal ini karena pasien ketika datang ke rumah sakit, pada dasarnya ingin segera ditangani oleh tenaga medis yang dinilainya profesional. Tenaga medis yang responsif dalam menanggapi keluhan pasien akan sangat dibutuhkan oleh pasien dalam melakukan pelayanan kesehatan di rumah sakit.

Strategi RS Kasih Ibu dengan menciptakan keunggulan dengan meningkatkan dimensi *responsiveness* dan *assurance* pada pelayanan yang dilakukan, akan dipersepsi secara positif oleh konsumen. Pelayanan yang dilakukan akan diterima dan dirasakan oleh konsumen yang datang

melakukan pelayanan. Selanjutnya konsumen akan melakukan interpretasi terhadap pelayanan tersebut berdasarkan pengalamannya di masa lalu, atau dengan membandingkan dengan pelayanan di rumah sakit lain. Apabila konsumen mempunyai interpretasi yang positif terhadap dimensi pelayanan *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance*, maka persepsi konsumen akan positif, sehingga hal ini berpengaruh terhadap perilakunya dalam melakukan pelayanan di RS Kasih Ibu Surakarta.

Uraian di atas sesuai dengan teori dari Depdikbud yang menyatakan bahwa dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut:

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang kompleks menjadi sarjana.
3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.⁴¹

Persepsi memegang peranan penting dalam konsep *positioning* karena manusia menafsirkan suatu produk melalui persepsi.²³ Persepsi

konsumen terhadap pelayanan dimensi *responsiveness* dan *assurance* yang ditingkatkan sebagai strategi *positioning* RS Kasih Ibu Surakarta, akan mendasari penafsiran terhadap pelayanan RS Kasih Ibu. Penafsiran konsumen akan membentuk suatu citra RS Kasih Ibu sebagai rumah sakit yang responsif, dapat dipercaya (*reliability*) dan ada jaminan keamanan (*assurance*).

Citra yang positif ini, mempengaruhi peningkatan *positioning* RS Kasih Ibu dalam persaingan rumah sakit, dan berpengaruh terhadap peningkatan kunjungan dan laba yang didapatkan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa perubahan citra akan berdampak pada perubahan sikap dan perilaku konsumen dalam melaksanakan pembelian produk, karena konsumen cenderung menghindari dari memanfaatkan produk yang memiliki citra negatif.¹

Selain itu, strategi *positioning* dengan meningkatkan dimensi *responsiveness* dan *assurance* pada pelayanan yang dilakukan, akan berdampak terhadap kepuasan pasien dalam melakukan pelayanan kesehatan di rumah sakit. Kepuasan pasien akan berdampak positif bagi rumah sakit. Pasien yang puas terhadap pelayanan rumah sakit cenderung untuk kembali berkunjung ke rumah sakit serta memberikan referensi yang baik atas pelayanan yang diberikan rumah sakit kepada orang lain.¹ Pasien atau keluarga pasien yang tidak puas terhadap pelayanan rumah

sakit, memiliki peluang mengambil tindakan pribadi berupa memberikan referensi negatif atas pelayanan rumah sakit atau melakukan pengaduan secara langsung ke rumah sakit, melapor ke Lembaga Swadaya Masyarakat, media masa, lembaga perwakilan rakyat, instansi terkait, serta lembaga perlindungan konsumen. Pasien dan keluarganya dapat melaksanakan tindakan yang bersifat umum misalnya menuntut ganti rugi secara langsung ke rumah sakit, menempuh jalur hukum, memutuskan untuk berhenti memanfaatkan jasa atau memboikot rumah sakit tertentu atau memboikot tenaga medis dan paramedis yang memberikan pelayanan jasa kesehatan tersebut.