

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam rangka menghadapi globalisasi, persaingan perusahaan semakin ketat. Perusahaan-perusahaan yang dahulu bersaing hanya pada tingkat regional atau nasional kini dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan dari seluruh penjuru dunia dan hanya perusahaan yang dapat menghasilkan barang atau jasa berkualitas yang mampu menghadapi persaingan pada pasar global (Nugraheni dan Purnomo, 2011:119).

Pelayanan kesehatan merupakan ranah yang tidak terlepas dari pengaruh globalisasi yang sedang *trend* pada saat ini. Globalisasi telah mengubah cara hidup orang banyak, menentukan suka, duka, dan selera masyarakat, yang akan mengakibatkan terjadinya persaingan bebas, tidak mengenal belas kasihan, dan persaingan yang kejam yang akan melibas dan meninggalkan yang lemah apabila tidak siap menghadapinya. Hal ini membuat banyak organisasi termasuk pelayanan kesehatan untuk melakukan inovasi dalam memberikan pelayanannya. Pelayanan kesehatan yang inovatif dan menguntungkan masyarakat sebagai pengguna jasa akan lebih diminati masyarakat (Anggraeny, 2013:85).

Era globalisasi dan pasar bebas tuntutan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan yang mamadai semakin meningkat dan memacu rumah sakit untuk memberikan layanan terbaik agar tidak dimarginalkan oleh masyarakat. Persaingan di bidang perumahsakitan semakin tajam, bukan hanya dalam jumlah,

tapi juga agresifitas rumah sakit pesaing yang menerapkan strategi secara kreatif dan efektif dengan maksud menciptakan keunggulan kompetitif agar bertahan dalam persaingan. Dalam kondisi persaingan yang ketat hal utama yang perlu diprioritaskan oleh rumah sakit adalah bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Pelayanan yang diberikan agar lebih baik perlu adanya perencanaan strategi yang baik dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang berkesinambungan dan paripurna (Widiharti, 2011:21).

Tumbuhnya persaingan antar rumah sakit yang semakin ketat dan tajam, maka setiap rumah sakit dituntut untuk mempertinggi daya saing dan kualitas pelayanan dengan berusaha memberikan kepuasan kepada semua pasiennya (Lestari, 2009:2). Dengan demikian, rumah sakit yang tidak mampu menjaga kualitas layanan yang berfokus pada kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien.

Berkembangnya jumlah rumah sakit di Yogyakarta menjadikan masyarakat Yogyakarta memiliki banyak pilihan untuk menentukan rumah sakit mana yang akan mereka pilih. Masyarakat akan memilih rumah sakit yang mereka pandang memberikan kepuasan yang maksimal bagi mereka. Oleh karenanya diharapkan setiap rumah sakit hendaknya berorientasi pada kepuasan pasien untuk dapat bersaing dengan rumah sakit lain (Lestari, 2009:2). Demikian halnya dengan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Wiroshan Kota Yogyakarta. Rumah sakit ini harus memperhatikan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pasien agar dapat bersaing dengan rumah sakit lain. Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Wiroshan Kota Yogyakarta mempunyai visi dan misi

sebagai pelaksana pelayanan prima dalam bidang kesehatan yang sesuai dengan standar pelayanan dan mewujudkan pengembangan pelayanan perumah sakitan dan manajemen rumah sakit yang memuaskan. Dengan motto Pelayanan dengan Senyum, Sapa, Sopan, Santun dan Sembuh (5S), rumah sakit ini bertekad untuk menjadi pusat pelayanan kesehatan masyarakat Kota Yogyakarta dan sekitarnya yang membutuhkan layanan kesehatan.

Rumah sakit memegang peranan penting dalam pembangunan kesehatan masyarakat di suatu wilayah karena mencakup penanganan atas kesehatan khalayak. Hal ini bisa dimanfaatkan oleh pemberi jasa pelayanan kesehatan karena bidang ini memiliki prospek yang bagus, dengan syarat dapat memberikan pelayanan kesehatan yang sesuai dengan harapan masyarakat sebagai pemakai jasa kesehatan. Pelayanan kesehatan tidak terpaku hanya pada pengobatan penyakit tetapi juga memberikan pelayanan untuk usaha pencegahan dan meningkatkan kesehatan. Pihak pelayanan medis harus berupaya untuk melakukan peningkatan pembangunan kesehatan yang lebih berdaya guna sehingga dapat diterima oleh masyarakat, antar lain dengan meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas, membenahi peralatan dan obat-obatan serta memperbaiki penampilan rumah sakit dan unit pelayanan kesehatan lainnya (Bustan, 2012:85).

Harapan pasien terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima dapat dilihat dari beberapa aspek, meliputi: 1) kemudahan mengakses atau mendapatkan perawatan; 2) tenaga kesehatan yang kompeten dan terampil; 3) kebebasan memilih dokter dan rumah sakit; 4) pengobatan yang sesuai; 5) penjelasan tenaga

kesehatan tentang kondisi dan pengobatan/perawatan; 6) penghargaan tenaga kesehatan terhadap klien; 7) perhatian tenaga kesehatan; 8) tenaga kesehatan yang profesional; dan 9) perbaikan kondisi klien setelah perawatan. Nilai-nilai harapan persepsi pasien terhadap kualitas layanan tersebut yang terdapat dalam diri pelanggan disebut nilai pelanggan (*customer values*). Salah satu cara untuk mengetahui nilai pelanggan adalah melalui survei kepuasan pelanggan. Berdasarkan survei kepuasan pelanggan dapat diketahui berbagai indikator yang menyebabkan pelanggan puas, tidak puas, dan mengetahui keinginan, kebutuhan serta harapan pelanggan.

Setiap rumah sakit pemerintah maupun swasta dari semua tingkat kelas harus memperhatikan tentang kualitas pelayanannya agar rumah sakit yang bersangkutan dapat benar-benar menjaga kualitas pelayanannya karena kualitas pelayanan merupakan prasyarat bila rumah sakit ingin benar-benar bekerja secara efisien dan efektif serta menjaga kelangsungan hidupnya. Pemuasan terhadap pasien harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka. Dukungan pelayanan yang dianggap penting oleh para pasien pada saat mereka menggunakan jasa tersebut adalah merupakan tujuan manajemen. Keunggulan jasa sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan terhadap pasien. Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan keunggulan bersaing yang utama dan perlu disadari bahwa kepuasan pasien merupakan aspek vital dalam kelangsungan hidup rumah sakit dan memenangkan persaingan (Fauzi dan Kurniati, 2006:57).

Berbagai upaya yang dilakukan pihak rumah sakit adalah upaya untuk meningkatkan pelayanan dan kemudahan kepada konsumen/pasien dengan seperti dengan membangun fasilitas dan infrastrukturnya. Dengan menempatkan unsur kualitas pelayanan konsumen/pasien sebagai faktor indikator penting, maka hal tersebut dapat meningkatkan performance dan daya saing rumah sakit lokal di tengah semakin gencarnya tingkat kompetisi yang terjadi saat ini. Kepuasan pasien telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono dan Chandra, 2011:192). Pasien umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan, kepuasan pasien dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pasien. Untuk mengukur kepuasan pasien, rumah sakit dapat melakukan pendekatan yaitu melalui 5 (lima) aspek atau dimensi kualitas pelayanan, yaitu Fasilitas Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan atau Kepastian (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Kelima kualitas pelayanan ini sangat baik apabila terus-menerus diupayakan dan dijadikan alat ukur pada rumah sakit yang ada di Kota Yogyakarta, sehingga kepuasan pasien akan tercipta secara totalitas.

Penelitian-penelitian sebelumnya tentang kepuasan pasien juga telah banyak menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor penentu kepuasan pasien, antara lain yaitu *tangibles* (aspek yang terlihat secara fisik, misal peralatan dan personel), *reliability* (kemampuan untuk memiliki performa yang bisa diandalkan dan akurat), *responsiveness* (kemauan untuk merespon keinginan atau kebutuhan

akan bantuan dari pelanggan, serta pelayanan yang cepat), *assurance* (kemauan para personel untuk menimbulkan rasa percaya dan aman kepada pelanggan), *empathy* (kemauan personel untuk peduli dan memperhatikan setiap pelanggan). Selain itu juga terdapat beberapa variabel nonmedik yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pasien, diantaranya yaitu tingkat pendidikan, latar belakang sosial ekonomi, budaya, lingkungan fisik, pekerjaan, kepribadian dan lingkungan hidup, juga dipengaruhi oleh karakteristik pasien, yaitu: umur, pendidikan, pekerjaan, etnis, sosial ekonomi, dan diagnosis penyakit (Hafizurrachman, 2009:11).

Selain itu, untuk memenuhi harapan pasien, manajemen rumah sakit harus mampu mengeksplorasi harapan dan menyediakan atau mewujudkannya dalam bentuk pelayanan yang dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung. Dengan keadaan ekonomi di Indonesia seperti saat ini sangatlah memperberat bagi perkembangan perusahaan khususnya bagi industri rumah sakit. Hal ini disebabkan oleh turunnya daya beli masyarakat terhadap barang maupun jasa dan kenaikan harga obat serta alat kesehatan. Oleh sebab itu untuk menunjang peningkatan atau membuat keadaan stabil bagi pendapatan rumah sakit dalam keadaan seperti ini diperlukan strategi bauran pemasaran yang tepat. Demi memenangkan persaingan, pihak rumah sakit harus memahami keinginan pasien dengan melakukan suatu strategi pemasaran yang baik (Kuswanti dan Sembiring, 2013:1).

Pada umumnya, rumah sakit juga di dalam menjalankan aktivitas usaha, tidak akan terlepas dari kegiatan pemasaran. Ini terjadi didorong oleh keinginan

perusahaan untuk mencapai tujuan utamanya, yaitu menghasilkan laba optimal dan menjaga kelangsungan perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha (2002:17) dalam Bustan (2012:85), mengenai konsep pemasaran yang menyatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Maka dari itu salah satu aspek yang harus diperhatikan oleh rumah sakit adalah bauran pemasaran sebagai perangkat untuk mencapai tujuannya. Dalam bauran pemasaran terdapat beberapa faktor antara lain orang, proses, bukti fisik, harga dan lokasi.

Hingga saat ini banyak rumah sakit di Indonesia yang telah melakukan bauran pemasaran melalui kegiatan promosi kesehatan. Promosi kesehatan di rumah sakit telah diselenggarakan sejak tahun 1994 dengan nama Penyuluhan Kesehatan Masyarakat Rumah Sakit (PKMRS). Seiring dengan perkembangannya, pada tahun 2003, istilah PKMRS berubah menjadi Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS). Berbagai kegiatan telah dilakukan untuk pengembangan PKRS seperti penyusunan pedoman PKRS, advokasi dan sosialisasi PKRS kepada Direktur rumah sakit pemerintah, pelatihan PKRS, pengembangan dan distribusi media serta pengembangan model PKRS. Promosi Kesehatan di Rumah Sakit (PKRS) berusaha mengembangkan pengertian pasien, keluarga, dan pengunjung rumah sakit tentang penyakit dan pencegahannya. Selain itu, promosi kesehatan di Rumah Sakit juga berusaha menggugah kesadaran dan minat pasien, keluarga, dan pengunjung rumah sakit untuk berperan secara positif dalam usaha penyembuhan dan pencegahan penyakit. Oleh

karena itu, Promosi Kesehatan di Rumah Sakit merupakan bagian yang tidak terpisah dari program pelayanan kesehatan di rumah sakit. Tujuan diadakannya PKRS adalah untuk menciptakan masyarakat rumah sakit yang menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat melalui perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku pasien/klien RS serta pemeliharaan lingkungan RS dan termanfaatkannya dengan baik semua pelayanan yang disediakan RS. Namun demikian, pelaksanaan PKRS dalam kurun waktu lebih dari 15 tahun belum memberikan hasil yang maksimal dan kesinambungannya di rumah sakit tidak terjaga dengan baik tergantung pada kuat tidaknya komitmen Direktur rumah sakit (Kementerian Kesehatan RI). Berdasarkan data pada tahun 2012 di RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta didapatkan hasil sebesar 45 % pengunjung mengatakan belum puas terhadap pelayanan yang di berikan oleh RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka salah satu strategi yang harus dicapai oleh RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan pasiennya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan kemudahan lain yang membuatnya berbeda dengan pelayanan dari rumah sakit umum lainnya. Kualitas yang tinggi tentunya harus didukung oleh strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan melalui kegiatan Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS). Maka dari itu, untuk memberikan saran pemasaran yang tepat perlu diteliti lebih dahulu mengenai pengaruh atau keterkaitan antara variabel kualitas pelayanan, bauran pemasaran PKRS dan kepuasan pasien. Strategi pemasaran yang tepat nantinya membuat RSUD Wirosaban Kota

Yogyakarta mampu mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu rumah sakit umum yang terbaik di Yogyakarta.

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien di RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta. Adapun yang mendasari penelitian ini adalah untuk mengetahui penilaian pasien tentang kualitas pelayanan kesehatan serta kepuasan yang dapat dirasakannya. Hal ini penting sebagai evaluasi terhadap strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang dijalankan terutama terhadap sikap dan perilaku pasien Rumah Sakit tersebut, terkait dalam pembenahan dan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan optimal. Berdasarkan pengamatan dan wawancara awal dengan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta, ditemukan fakta-fakta bahwa sebagian besar pasien masih mengeluhkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit. Hal ini didasarkan pada pernyataan pasien yang mengungkapkan bahwa jika melakukan pengobatan di rumah sakit pemerintah, para pegawai lamban dalam memberikan pelayanan, kurang memberikan perhatian, kurang simpatik dalam melayani dan fasilitas ruang yang relatif kurang baik.

Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta?
2. Apakah bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta?
3. Apakah kualitas pelayanan dan bauran pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan dan bauran pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat memberi manfaat secara umum sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pasien, bauran pemasaran dan kualitas pelayanan kesehatan dalam rumah sakit.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi praktisi untuk mengetahui bagaimana keterkaitan antara kualitas pelayanan dan bauran pemasaran rumah sakit terhadap kepuasan pasien.

b. Bagi manajemen RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam meningkatkan kualitas jasa layanan kesehatan dan bauran pemasaran yang ada agar pasien merasa puas dan tetap menaruh kepercayaan terhadap pelayanan di RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta.