

Harapan dan kenyataan pelayanan pelanggan, studi kualitatif pada pasien menurut tingkatan loyalitasnya di Rumah Sakit Bakti Yudha Depok tahun 2003

Septo Pawelas Arso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=77947&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring dengan pergeseran dunia bisnis kepada pada jasa dan pelayanan, sehingga terjadi pergeseran orientasi pada penciptaan dan penambahan nilai pelayanan bagi pelanggan. Meraih pelanggan yang loyal dan laba yang besar merupakan tujuan setiap usaha, dimana mutu, kepuasan dan loyalitas adalah 3 hal yang saling terkait. Idealnya loyalitas tercipta karena pelanggan puas. Pelanggan yang loyal akan memberikan profit jangka panjang. Pergeseran ini juga berimbas pada pelayanan rumah sakit yang telah menjadi suatu industri jasa kesehatan. Loyalitas pasien sangat penting bagi rumah sakit, karena didalamnya terdapat kesetiaan dan mutu pelayanan. Untuk mendapatkan pelanggan yang loyal; rumah sakit harus bisa mendapatkan kepercayaan (trust) pelanggannya. Karakteristik pelayanan kesehatan, consumer ignorance dan uncertainty menjadikan tinjauan jasa pelayanan rumah sakit berbeda dengan pelayanan jasa pads umumnya.

Penelitian ini didasari bahwa retensi pasien RS Bakti Yudha cukup tinggi. Lebih dari 71,3% pasien adalah pasien lama yang melakukan kunjungan ulang. Akan tetapi ternyata ketidakpuasan pasien cukup tinggi. Tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui harapan dan kenyataan pelayanan yang diterima oleh pasien loyal dalam tingkatan loyalitasnya, proses terbentuknya loyalitas dan faktor-faktor yang mendorongnya.

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka jenis penelitian ini adalah kualitatif. Responden diwawancarai mewakili 3 golongan loyalitas, yaitu repeat customer, client dan advocate. Pengolongan loyalitas dilakukan berdasarkan frekuensi kunjungan dan advokasi yang dilakukan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan dianalisis dengan menggunakan analisis isi (content analysis). Di dalam interaksi dan loyalitas pasien dilihat apakah terdapat value dan trust. Sedangkan harapan dan pelayanan dilihat dari dimensi mutu.

Dari penelitian ini diketahui bahwa pasien mengharapkan pelayanan yang reliable, yang dapat menyelesaikan masalah kesehatan dan sakitnya. Pelayanan yang baik adalah cepat (responsive), ramah dan sopan (assurance), tepat dan pasti (reliable) dan dengan perhatian (ber-empathy) oleh dokter, perawat dan petugas yang berkompeten (assurance) dengan fasilitas fisik (tangible) yang baik mendukung kenyamanan. Pelayanan yang diterima oleh pasien loyal RS Bakti Yudha Depok dirasakan sudah memenuhi harapan dalam aspek medis dengan value kesembuhan. Hanya golongan advocate yang mempersepsikan pelayanan rumah sakit sudah baik dan memenuhi harapan. Loyalitas pasien RS Bakti Yudha terbentuk melalui timbulnya kepercayaan (trust) terhadap dokter dan pelayanan rumah sakit. Kepuasan dan kepercayaan (trust) terhadap pelayanan rumah sakit akan meningkatkan loyalitas pasien. Faktor-faktor pendorong timbulnya loyalitas pada golongan repeat customer yaitu jarak dan dokter, pada golongan client yaitu jarak atau akses, dokter, pelayanan rumah sakit, kebiasaan dan tarif, sedangkan golongan advocate didorong oleh pelayanan

rumah sakit, jarak atau akses, dokter, kebiasaan dan tarif Faktor jarak merupakan pendorong yang paling kuat, sementara dorongan faktor tarif terhadap loyalitas pasien adalah kecil.

Dilihat dari tahapan loyalitasnya, pasien golongan repeat customer tergolong dalam tahapan cognitive, seorang affective dan seorang dalam tahapan action loyalty. Golongan client tersebar ke dalam tahapan cognitive, affective dan amalive. Golongan advocate telah berada dalam affective, conative dan action loyalty. Loyalitas tahapan cognitive didasari oleh informasi dan faktor jarak yang dekat semata dibandingkan dengan rumah sakit lain. Pasien loyal dalam tahapan cognitive berkunjung ke RS Bakti Yudha hanya karena didorong oleh kondisi emergency atau situasi tertentu saja, sehingga disebut juga sebagai situasional loyalty. Pasien yang selalu berkunjung ke RS Bakti Yudha daripada ke rumah sakit lain dan pasien yang selalu mendatangi praktek dokter tertentu di manapun saat membutuhkan disebut juga sebagai proactive loyalty.

Manajemen RS Bakti Yudha perlu secara serius untuk meningkatkan loyalitas pasien menjadi loyal kepada rumah sakit (store lyalty), bukan sekedar kepada dokter. Untuk itu perlu dilakukan upaya-upaya untuk mewujudkan pelayanan sesuai harapan pasien terutama yang diprioritaskan oleh para pasien loyalnya. Sehingga disarankan untuk mempertahankan dokter yang mempunyai banyak pasien, menjaga kompetensi dokter dan perawat, mempermudah proses pelayanan pasien, meningkatkan keramahan dan kenyamanan, kelengkapan obat di apotik serta meningkatkan kondisi fisik, peralatan dan kebersihan. Untuk meningkatkan kepuasan pasien perlu diterapkan strategi kepuasan melalui upaya relationship marketing strategi superior service dan strategi penanganan keluhan yang efektif.

As the business movement to the service era, the business orientation shift to customer value creation and value adding It can't be denied that every business purpose is to get loyal customers and greater profit, and the business orientation shift to the value creation and value adding in the services Thus, quality, satisfaction and loyalty are the important subjects which correlated. This movement has impact on the hospital as a health service industry.. Inside the patient loyalty lay faithfully and quality. To gain the loyal customer, hospital must get the patient's trust first. The unique characteristics of health service, consumer ignorance and uncertainty, make the health service differ to common services. This research is based on the height of patient retention of Bakti Yudha Depok Hospital, about 71%, which expressed by the number of patient revisited, On the other hand, the patients dissatisfaction is high too. So, the research purposes are to reveal the expectations and reality of hospital customer service, the process of loyalty shaped, and the urged factors.

Consider the purpose will attained, this study is designed as qualitative research,. Respondents which interviewed represent 3 customer categories; there are repeat customer, client and advocates. The category is based on the visit frequency and advocacy. Data collection is conducted by indepth interview. Content analysis is used to analyze the value and trust within the patient-hospital interaction, while the patient expectations and the service reality are refer to the services dimensions.

The research reveals that patients expect the good service, which is reliable, can solve their health and illness problems. The good service is promptly (responsive), politely and hospitality (assurance) and with interest as patient and customer (empathy) by the competent doctors, nurses and personnel (assurance),

which is supported by the comfortable physical facilities. The services of Bakti Yudha Depok Hospital have filled the patient's expectation in medical aspect, which is expressed by the healing value. However, only the advocates have perceived that hospital services are good and appropriate to their expectations. The patient's loyalty is shaped by trust in doctors and hospital services. Whereas, the satisfaction and trust will improve patients' loyalty. The urged loyalty factors in repeat customers are doctor and nearness, while in clients are nearness, doctor, hospital services, habit and tariff, while in advocates are hospital services, nearness, doctor, habit and tariff. The nearness is the powerful loyalty factor, while tariff is the weak factor.

In the loyalty stage, repeat customers are categorized into cognitive, affective and action loyalty, while clients are in cognitive, affective and conative loyalty, and the advocates are in affective, conative and action loyalty. Cognitive loyalty is based on information and nearness solely refers to other hospitals. Cognitive loyal patients prefer visits to Bakti Yudha hospital just in the emergency or specific condition, so it is called situational loyalty. The active patients, action loyalty patients, always come to Bakti Yudha hospital or specific doctor while they need, it can be categorized into proactive loyalty.

Bakti Yudha Hospital management needs to seriously improve its patient's loyalty up to the hospital loyalty (store loyalty), more than just the doctor loyalty. It needs actions to deliver customer-driven services, especially loyal patients. It is suggested to keep the doctors which have large loyal patients, improve the doctors, nurses and personnel competency, simplify the patient service procedures, improve the hospitality and conformity, keep the complete drug supply in apotek, and physical condition, facilities, and environment cleanliness. Apply the customer satisfaction strategy through relationship marketing; superior service strategy and effective complaint management.

Reference: 29 (1989 -2003)