

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri rumah sakit saat ini mengalami persaingan yang ketat dengan semakin mudahnya perizinan pendirian rumah sakit swasta. Lokasinya pun saat ini sudah tidak lagi mempertimbangkan jarak antar rumah sakit, sehingga persaingan sangat mengandalkan kualitas pelayanan, biaya perawatan dan tenaga medis yang ditawarkan. Dampak dari persaingan yang ketat ini, rumah sakit dituntut untuk membuat inovasi dan strategi untuk mendapatkan pasien.

Persaingan dalam industri jasa rumah sakit meliputi persaingan untuk perawatan pasien inap, jasa dokter dan jasa farmasi, sehingga dinamika persaingan yang terjadi adalah kompetisi *multipoint*. Adapun segmen pasar yang dilayani oleh rumah sakit – rumah sakit ini beragam, mulai dari segmen penduduk berpendapatan rendah sampai tinggi.

Jumlah RS di Indonesia saat ini belum sampai 2.000, dan jumlah tersebut masih jauh di bawah populasi penduduk Indonesia yang membutuhkan perbaikan taraf kesehatan. Karena itu, dalam beberapa tahun terakhir ini investasi pada rumah sakit banyak diminati. Jadi dalam konteks sederhana, ini merupakan peluang investasi.

Tak ketinggalan saat ini semua rumah sakit umum daerah dan pusat kesehatan masyarakat di Jakarta akan perlahan berubah menjadi badan layanan umum daerah. Perubahan ini memungkinkannya mengelola bisnis untuk meraih pendapatan.

Beberapa persyaratan rumah sakit yang ingin menjadi badan layanan umum, antara lain harus memiliki *cost recovery rate* atau anggaran yang bisa diperoleh dari pelayanan sebesar 60 persen. Selain itu, rumah sakit harus mempunyai rencana bisnis dan neraca yang siap diaudit serta memiliki peraturan atau *hospital by law*.

Dengan adanya usaha bersifat bisnis ini, berarti rumah sakit dan puskesmas tak lagi bergantung sepenuhnya pada anggaran belanja dan pendapatan

daerah. Rumah sakit juga bisa langsung menggunakan pendapatannya untuk biaya operasional.

Untuk memperoleh pendapatan bagi rumah sakit secara independen (tanpa subsidi), berbagai pelayanan ditawarkan untuk membantu pasien mengalami kesembuhan dan perawatan yang layak. Mulai dari fasilitas teknologi kesehatan yang dalam waktu singkat dapat mendeteksi penyakit dan memudahkan para dokter untuk melakukan pengobatan, sampai pada paket terapi atau pemeliharaan kesehatan terpadu pasca pasien sembuh dari penyakit yang dideritanya. Fenomena saat ini, pelayanan standar yang ditawarkan rumah sakit cenderung “tidak laku” dijual. Maksudnya, pihak pengelola rumah sakit harus lebih giat lagi menciptakan nilai lebih dan mengantarkannya kepada para calon pelanggan(pasien). Dengan semakin baiknya tingkat sosial ekonomi dan semakin tingginya tingkat pendidikan masyarakat (khususnya di kota-kota besar), maka semakin kritis pula pelanggan menilai pelayanan yang diperolehnya (apakah sesuai dengan harapan mereka), dibandingkan dengan nilai rupiah yang dikeluarkan. Pelanggan lebih “cerewet” dalam memilih, dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Mereka tidak hanya mencari “kesembuhan atau kesehatan” yang merupakan *core product* dari rumah sakit, tetapi juga kenyamanan sebagai atribut produk dalam berbagai bentuk. Misalnya, proses pendaftaran yang cepat termasuk kemudahan dalam cara pembayaran, perawat dan staf rumah sakit yang cepat tanggap terhadap kebutuhan mereka, mendapatkan informasi yang jelas atas pertanyaan mereka, dan sebagainya. Tuntutan atau harapan dari calon pasien inilah yang merupakan kebutuhan yang mendorong manajemen rumah sakit untuk berusaha memenuhi kepuasan pasiennya.

Dari fenomena-fenomena di atas, tampak bahwa rumah sakit adalah pilihan investasi menjanjikan di Indonesia, meskipun harus diketahui bahwa ini bersifat investasi jangka panjang karena padat modal, padat ilmu dan teknologi serta padat karya.

Di sisi lain yang menjadi tantangan adalah bagaimana menarik pelanggan dalam hal ini adalah pasien sakit yang membutuhkan layanan kesehatan dan mempertahankan mereka (pasien yang sudah sembuh) dalam konteks untuk perawatan dan pemeliharaan kesehatan selanjutnya. Faktor yang paling dominan

yang akan menarik pelanggan/pasien dan mempertahankan mereka adalah tingkat kepuasan. Kepuasan pasien akan suatu pelayanan kesehatan di suatu rumah sakit akan menjadi pendorong adanya kesetiaan pelanggan/pasien, bukan hanya saat sakit, namun juga saat sehat, untuk pemeliharaan kesehatan berkelanjutan.

Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal ini pasien adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Untuk menciptakan kepuasan pasien suatu perusahaan atau rumah sakit harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pasien yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pasiennya.

Profesor Koichiro Otani dan kawan-kawan dalam *Journal of Healthcare Management* Jan/Feb 2010 melakukan penelitian tentang reaksi pasien terhadap atribut perawatan rumah sakit yang mempengaruhi evaluasi kualitas pelayanan keseluruhan, kesediaan untuk merekomendasi dan kesediaan untuk kembali. Banyak penelitian mengasumsikan bahwa pasien yang puas akan lebih senang untuk merekomendasikan penyedia jasa kesehatan yang mereka gunakan kepada teman-temannya, dan kembali berkunjung ketika mereka membutuhkan pelayanan kesehatan. Menurut Otani et al. (2010) meskipun asumsi di atas terdengar logis, namun mereka menyatakan bahwa evaluasi keseluruhan kualitas pelayanan, kesediaan untuk kembali dan kesediaan untuk merekomendasi adalah konstruk-konstruk yang unik dan memiliki asosiasi yang kuat.

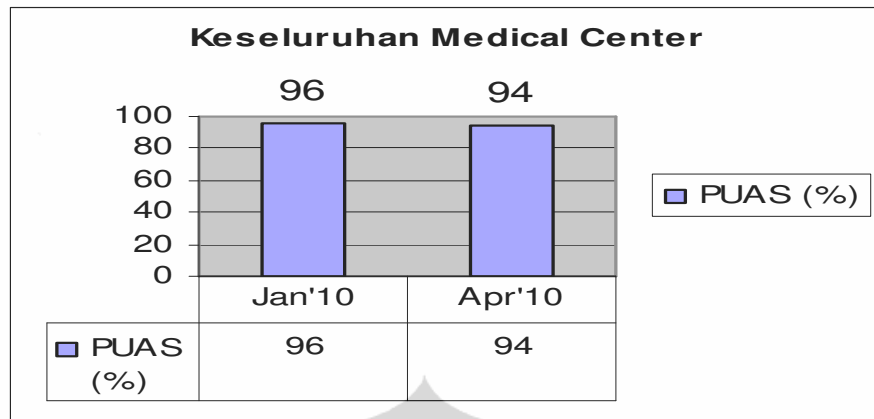
1.2 Masalah penelitian

Donabedian dalam Otani et al (2010) mengemukakan bahwa kepuasan pasien adalah bagian penting dari hasil kualitas kesehatan. Kualitas kesehatan sering diukur dengan struktur, proses, dan hasil tradisionalnya yang meliputi langkah-langkah sebagai mortalitas, morbiditas, dan fungsional perbaikan. Kepuasan pasien juga bagian dari dimensi ini.

Orang-orang tertarik pada kepuasan pasien karena berbagai alasan. Setiap industri tertarik pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas adalah pelanggan setia. Kesehatan tidak terkecuali. Namun, dalam kesehatan, kepuasan pasien secara khusus penting karena pasien yang puas, cenderung untuk setia menjalankan pengobatan yang ditentukan oleh penyedia kesehatan dan karena itu lebih kecil kemungkinannya untuk sekedar “*doctor shopping*” (Eisenberg 1997; Ford, Back, and Fottler 1997; Williams 1994; Parente, Pinto, and Barber 2005; Zandbelt et al. 2007; Otani et al. 2010).

Dalam sebuah pasar kompetitif yang muncul seperti kesehatan, para manajer harus fokus untuk mencapai peringkat yang sangat baik untuk membedakan organisasi mereka dari lainnya. Ketika melihat pada loyalitas pelanggan, "baik" memiliki arti yang berbeda. Pelanggan yang puas hanya sering tidak datang kembali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu apa yang mempengaruhi penilaian pasien dewasa di unit rawat jalan untuk menilai keseluruhan pengalaman mereka sebagai "sangat bagus" sehingga juga berpengaruh pada kesediaan mereka untuk datang kembali dan merekomendasikan pelayanan pada orang lain. Studi ini menggunakan data yang dikumpulkan kepuasan pasien dari satu rumah sakit internasional “XYZ” yang terletak di Tangerang Banten.

Kepuasan pasien inilah yang saat ini menjadi tantangan sekaligus cenderung menjadi masalah bagi RS “XYZ”, sebuah rumah sakit swasta internasional, yang berlokasi di Tangerang. Rumah sakit “XYZ” menerapkan standar pelayanan internasional, mengadaptasi sistem pelayanan kesehatan global yang disesuaikan dengan peraturan nasional (setempat). Lokasi dari RS “XYZ” ini sebenarnya sudah sangat strategis, menjadi satu-satunya rumah sakit berskala internasional di tengah kawasan pemukiman elite terkenal di wilayah Tangerang. Keberadaan rumah sakit lain, sebagai kompetitor, berjarak cukup jauh. Ada 2 rumah sakit swasta berskala nasional, dengan tingkat popularitas yang tinggi di kalangan masyarakat, dan memiliki fasilitas kesehatan yang hampir sama dengan RS “XYZ”. RS “XYZ” setiap 3 bulan melakukan survei kepuasan pasien rawat jalan, dan diperoleh hasil pasien puas bulan Januari 2010 adalah sebesar 96% dan bulan April 2010 adalah 94% seperti terlihat dalam gambar 1.1.



Gambar 1.1 Hasil Keseluruhan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Januari dan April 2010

Sumber: Laporan eksternal survei RS “XYZ” yang sudah diolah

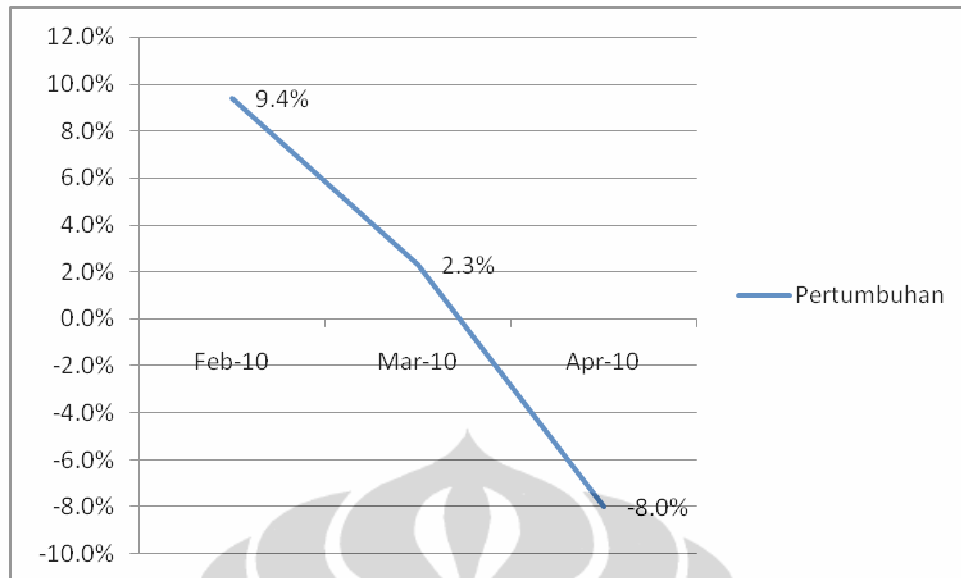
Walaupun jumlah pasien yang menyatakan puas pada bulan Januari dan bulan April 2010 turun 2% dan dari jumlah pasien terlihat masih ada peningkatan seperti pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Rata-rata Jumlah Pasien Rawat Jalan RS “XYZ” Januari – April 2010

Bulan	Rata-Rata
Jan-10	481
Feb-10	526
Mar-10	538
Apr-10	495

Sumber: data statistik RS “XYZ” yang sudah diolah

Namun dari sisi pertumbuhan terlihat ada penurunan mulai Januari sampai April 2010 yang cukup signifikan. Pertumbuhan jumlah pasien rawat jalan Januari sampai April 2010 cenderung turun, terlihat dari gambar 1.2.



Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Rata-rata Pasien Rawat Jalan RS “XYZ” Januari – April 2010

Sumber: data statistik RS “XYZ” yang sudah diolah

Secara kualitatif, petugas perawat sering menerima keluhan pasien yang tidak puas, yang diungkapkan saat mereka pulang dari rumah sakit, hal ini diketahui saat pihak manajemen RS “XYZ” mengadakan *forum discussion group* beberapa bulan yang lalu.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui evaluasi pelanggan dilihat dari kedelapan atribut pelayanan kesehatan rawat jalan RS “XYZ”
2. Untuk mengetahui pengaruh penilaian pasien terhadap kesediaan mereka untuk kunjungan kembali
3. Untuk mengetahui pengaruh penilaian pasien terhadap kesediaan mereka untuk merekomendasikan rumah sakit “XYZ” kepada orang lain
4. Untuk mengetahui pengaruh kesediaan untuk kembali terhadap kesediaan untuk merekomendasi

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Seperti sebagian telah dipaparkan di atas, pembahasan penelitian ini dibatasi oleh:

- a. Penilaian pasien rumah sakit “XYZ” terhadap atribut pelayanan kesehatan unit rawat jalan.
- b. Pengaruh penilaian pasien tersebut terhadap kesediaan untuk kunjungan kembali.
- c. Pengaruh penilaian pasien tersebut terhadap kesediaan untuk merekomendasikan rumah sakit “XYZ” kepada orang lain.
- d. Pengaruh kesediaan untuk kembali terhadap kesediaan untuk merekomendasikan.

Topik utama dalam penelitian ini adalah pengaruh evaluasi pelanggan yang dilihat dari atribut pelayanan rawat jalan RS “XYZ” terhadap kesediaan pelanggan untuk kunjungan kembali dan kesediaan untuk merekomendasikan. Beberapa teori tentang perilaku konsumen dan kepuasan pelanggan, khususnya terhadap pelayanan jasa dan dalam konteks rumah sakit, dikemukakan pada bagian landasan teori.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penulisan tesis ini bagi penulis adalah untuk memperdalam pengetahuan dan penerapan sistem pelayanan kesehatan unit rawat jalan di RS “XYZ”.

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan adalah mendapatkan saran yang membangun dari identifikasi permasalahan yang ada agar kemudian dapat diterapkan di dalam perusahaan di kemudian hari untuk mengantisipasi tantangan di masa mendatang.

Manfaat bagi pembaca agar dapat menjadi sumber informasi sekaligus inspirasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian menggunakan metode *non probability sampling* dan *convenience sampling* dengan menggali data primer dan data sekunder. Data

primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara mendalam (*deep interview*), sehingga dapat diperoleh hasil penilaian pasien terhadap kesediaan untuk kembali dan kesediaan untuk merekomendasikan. Data sekunder diperoleh dari RS “XYZ”, *text book*, artikel, dan jurnal marketing. Untuk pengujian hipotesis digunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan *software LISREL 8.7*.

1.7 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang yang mendasari penelitian ini dibuat dan dipersiapkan. Kemudian dijelaskan juga mengenai rumusan permasalahan, pembatasan-pembatasan masalah, serta tujuan-tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini. Selanjutnya, diakhiri dengan paparan metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Kepustakaan

Bab 2 akan diawali dengan paparan teori perilaku konsumen dan teori kepuasan pelanggan, dan teori kepuasan pasien. Teori-teori tersebut diperlukan sebagai dasar pengetahuan mengenai pasien sebagai konsumen yang melakukan pembelian jasa pelayanan kesehatan, harapan dan kepuasannya. Dalam bab ini juga dipaparkan gambaran perusahaan tempat penulis melakukan penelitian.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan mengenai hipotesis penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan untuk mengestimasi data guna menjelaskan tujuan penelitian.

Bab 4 Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini akan dibahas analisa mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pasien untuk mendapatkan pelayanan kesehatan. Setiap faktor-faktor yang ada, dianalisa tingkat realibilitas dan validitas yang mengacu pada

teori, hasil pengukuran model, analisis struktural model dan memberikan kesimpulan.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran-saran yang kiranya bermanfaat bagi manajemen RS “XZY” khususnya, dan pembaca pada umumnya.

