

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bidang kesehatan yang paling terpengaruh oleh dampak globalisasi, yakni antara lain bidang perumasakitan, tenaga kesehatan, industri farmasi, alat kesehatan. Pelayanan yang cepat dan tepat, biaya pengobatan yang murah, serta sikap tenaga medis yang ramah dan komunikatif adalah sebagian dari tuntutan pasien terhadap pelayanan rumah sakit, fenomena ini muncul karena kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan telah bergeser akibat perubahan-perubahan yang terjadi pada industrialisasi jasa pelayanan kesehatan, tidak semua rumah sakit di dalam negeri memenuhi tuntutan tersebut ([www.pdpersi.co.id](http://www.pdpersi.co.id)). Pelayanan rumah sakit telah berkembang menjadi industri yang berbasis pada prinsip-prinsip ekonomi dengan salah satu ciri menonjol adalah sifat kompetitif (Otter, 1991). Pemahaman bahwa rumah sakit sudah merupakan suatu industri ini menjadi dasar pengembangan mutu pelayanan rumah sakit. Tanpa pemahaman ini sulit bagi rumah sakit Indonesia terutama untuk bersaing dengan pelayanan luar negeri (Trisnantoro, 2006-51). Hal ini telah dibuktikan banyak orang Indonesia yang berobat ke rumah sakit di luar negeri, seperti Singapura, Malaysia, Australia, dan negara lainnya. Tercatat, saat ini terdapat kurang lebih 200 ribu pasien Indonesia berobat ke Singapura dan Malaysia, dengan total dana yang dihabiskan mencapai US\$600 juta per tahun atau sekitar Rp5,4 triliun (Tempo Desember, 2007).

Fakta juga telah menunjukkan bahwa telah banyak orang Indonesia yang mencari pengobatan ke luar negeri antara lain di jaringan rumah sakit *national healthcare group* yang merupakan salah satu jaringan rumah sakit pemerintah Singapura, pasien Indonesia tercatat 11.000 orang dari 374.000 pasien asing pada 2005 (Gatra Juni, 2008).

Fenomena ini dapat disebut sebagai globalisasi tahap pertama. Sementara itu, globalisasi tahap kedua adalah beroperasinya rumah sakit asing di Indonesia atau penanaman modal asing dalam sektor pelayanan kesehatan.

Pelayanan kesehatan di Indonesia mengalami perubahan struktural yang sangat berarti. Ada perubahan yang mencolok pada dekade ini yaitu semakin besarnya peran swasta dalam penyediaan pelayanan berteknologi tinggi yang menyebabkan meningkatnya biaya pelayanan kesehatan yang akan ditanggung oleh masyarakat. Semakin mahalnya pelayanan kesehatan kepada masyarakat akan diikuti oleh tuntutan masyarakat terhadap mutu pelayanan kesehatan tersebut. Hal ini merupakan hal yang sangat dilematis bagi organisasi-organisasi pelayanan kesehatan yang disatu pihak dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi kesehatan yang makin cepat dan mahal dan di lain pihak tuntutan pelayanan yang memuaskan yang juga merupakan tugas pokok organisasi pelayanan.

Sekarang rumah sakit hadir dengan citra baru yaitu menjadi bagian dari industri jasa dalam bidang kesehatan . Perubahan peran ini merupakan hal yang wajar saja jika sosok rumah sakit dihadapkan pada situasi dimana di samping harus menghadapi masalah dengan pembangunan rumah sakit untuk terus dapat berkembang. Pasien tidak cukup datang berobat hanya untuk berobat saja, namun mereka juga butuh kenyamanan, keramahan, komunikasi dan tentunya tidak berharap menjadi semakin sakit karena berobat ke dokter. Sudah barang tentu semua tuntutan ini membutuhkan banyak kerja yang cukup besar. Adapun pengembangan rumah sakit itu meliputi :

- tuntutan kualitas pelayanannya
- adaptasi dan alih teknologi
- profesionalisme sumberdaya manusianya
- orientasi spesialistik
- diversifikasi jasa pelayanan
- manajemen organisasi

(Sulastomo, 2000:74)

Kualitas jasa merupakan bagian terpenting yang perlu mendapat perhatian dari organisasi penyedia jasa pelayanan kesehatan seperti rumah sakit. Pengemasan kualitas jasa yang akan diproduksi harus menjadi salah satu strategi pemasaran rumah sakit yang akan menjual jasa pelayanan kepada pengguna jasanya (pasien dan keluarganya). Pihak manajemen rumah sakit harus selalu berusaha agar produk jasa yang ditawarkan tetap dapat bertahan atau berkesinambungan sehingga dapat tetap merebut segmen pasar yang baru karena cerita dari mulut ke mulut oleh pelanggan yang puas.

Keunggulan suatu produk jasa kesehatan akan sangat tergantung dari keunikan kualitas jasa yang diperlihatkan dan apakah sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan. Ada beberapa model yang dapat dipakai untuk menganalisis kualitas jasa yang terkait dengan kepuasan pelanggan, tergantung dari tujuan analisisnya, jenis lembaga yang menyediakan jasa, dan situasi pasar (Muninjaya,2004:238).

Kepuasan pengguna jasa pelayanan kesehatan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

1. Pemahaman pengguna jasa tentang jenis pelayanan yang akan diterimanya. Dalam hal ini, aspek komunikasi memegang peranan penting karena pelayanan kesehatan adalah *high personnel contact*.
2. Empati (sikap) peduli yang ditunjukkan oleh petugas kesehatan. Sikap ini akan menyentuh emosi pasien. Faktor ini akan berpengaruh pada tingkat kepatuhan pasien (*compliance*).
3. Biaya (*cost*). Tingginya biaya pelayanan dapat dianggap sebagai sumber *moral hazard* bagi pasien dan keluarganya.
4. Penampilan fisik (kerapian) petugas, kondisi kebersihan dan kenyamanan ruangan (*tangibility*).
5. Jaminan keamanan yang ditunjukkan oleh petugas kesehatan (*assurance*). Ketepatan jadwal pemeriksaan dan kunjungan dokter juga termasuk pada faktor ini.

6. Keandalan dan keterampilan (*reliability*) petugas kesehatan dalam memberikan perawatan.
7. Kecepatan petugas memberikan tanggapan terhadap keluhan pasien (*responsiveness*).

Tujuan utama melakukan analisis kepuasan pasien selaku pengguna jasa pelayanan kesehatan atau sebagai pelanggan Rumah Sakit adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dan menghitung indeks kepuasan pelanggan (*customer satisfaction index-CSI*). CSI dapat digunakan oleh pihak manajemen Rumah Sakit untuk :

1. Alat kebijakan pengambilan keputusan guna meningkatkan kinerja Rumah Sakit.
2. Alat untuk menyusun strategi pemasaran produk pelayanan. Unit-unit pelayanan (unit produksi) yang paling sering menerima keluhan pasien harus mendapat perhatian dari pihak manajemen untuk memperbaiki mutu pelayanannya.
3. Alat untuk memantau dan mengendalikan aktivitas sehari-hari staf memberikan pelayanan kepada pasien.
4. Alat untuk mencapai misi yang telah ditetapkan oleh Rumah Sakit yaitu memperoleh kepercayaan masyarakat melalui kepuasan pasien dan keluarganya.

(Muninjaya, 2004:239)

Rumah Sakit Husada Jakarta merupakan sebuah lembaga bisnis yang bergerak di bidang jasa pelayanan kesehatan. Rumah Sakit Husada berada di wilayah Jakarta Pusat bagian Utara merupakan rumah sakit swasta yang telah memiliki akreditasi penuh (16 layanan) dan memiliki fasilitas pelayanan rawat inap dengan jumlah kamar 238 yang dapat menampung 500 pasien rawat inap serta memiliki sekitar 190 tenaga medis profesional serta berpengalaman dan bisa dikatakan hampir seluruh tenaga dokternya yaitu 109 tenaga bergelar spesialis ([www.husada.co.id](http://www.husada.co.id)).

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan dalam mengantisipasi persaingan yang semakin ketat maka Rumah Sakit Husada ini harus meningkatkan kinerjanya agar tetap dapat eksis dimasa yang akan datang sebagai rumah sakit yang mempunyai visi dan misi sebagai Rumah Sakit Unggulan di Indonesia dengan berkomitmen dalam memberikan pelayanan prima ([www. Husada. co.id](http://www.Husada.co.id)). Oleh karena itu, Rumah Sakit Husada dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Pihak rumah sakit perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

Data pasien Rumah Sakit Husada periode 2005 sampai dengan 2007 menunjukkan bahwa jumlah setiap tahunnya mengalami pasang surut. Hal ini terlihat dari salah satu indikator pelayanan rumah sakit antara lain : pemanfaatan tempat tidur rumah sakit (*BOR / Bed Occupancy Rate*) rata-rata menunjukkan kecenderungan menurun dalam 2 tahun terakhir (2005-2006) dari 54,23 % (2006) menjadi 52,95 % (2007) dan sedikit mengalami kenaikan pada tahun 2007 mencapai 57,28 % (Laporan Produksi pelayanan Jasa Rumah Sakit Husada 2005-2007), namun demikian angka *BOR / Bed Occupancy Rate* Rumah Sakit Husada belum mencapai batas ideal yaitu 60 – 85 % (Depkes RI 1990).

Mutu pelayanan kesehatan suatu rumah sakit merupakan produk akhir dari interaksi dan ketergantungan yang saling terkait antara berbagai komponen atau aspek rumah sakit sebagai suatu sistem. Dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan, perlu dilakukan usaha yang terus-menerus untuk perbaikan pelayanan yang diberikan kepada pasien / konsumen. Untuk melakukan perbaikan-perbaikan tersebut, perlu diketahui kekurangan dan kelemahan pihak rumah sakit, yang dapat dilaksanakan dengan melakukan survai kepuasan pasien yang merupakan salah satu aspek dari mutu pelayanan rumah sakit. Sedang bila dilihat dari aspek pemasaran, rumah sakit pemerintah / swasta di Indonesia selama ini terasa masih kurang memperhatikan kepuasan pasien, dimana sangat berbeda dengan pelayanan

lainnya seperti hotel, biro perjalanan, perbankan, restoran yang sangat memperhatikan kepuasan pelanggan ( Jacobalis, 1989:36-38).

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono dan Chandra, 2005:192). Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003:28). Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya.

Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa / layanan untuk selalu memanjakan konsumen/pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri,2003:25).

Pelayanan kesehatan yang bermutu adalah pelayanan kesehatan yang dapat memberikan kepuasan kepada setiap pemakai jasanya. Banyak syarat yang harus dipenuhi agar pelayanan kesehatan dapat mencapai tujuan yang diinginkannya, ada delapan hal pokok syarat yang harus dipenuhi yaitu tersedia (*available*), wajar (*appropriate*), berkesinambungan (*continue*), dapat diterima (*acceptable*), dapat dicapai (*accessible*) dapat dijangkau (*affordable*), efisien (*efficient*) dan bermutu (*quality*). (Azrul, 1996:36)

Penelitian tentang mutu pelayanan membuktikan bahwa mutu pelayanan kesehatan merupakan kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan kesehatan (*health needs and demand*), yang bila terpenuhi akan menimbulkan rasa puas (*client satisfaction*) terhadap yang diselenggarakan, (Azrul, 1996:57). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil

suatu produk dengan harapan-harapannya, hal ini yang didefinisikan oleh Kotler (2003:61), dengan demikian tingkat kepuasan merupakan fungsi antara penampilan yang dirasakan dan harapan seseorang.

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi setiap organisasi, karena dengan mengetahui harapan pasien, seperti institusi rumah sakit dapat mempersiapkan strategi dalam memperbaiki mutu pelayanan, dimana akhirnya akan menentukan kepuasan pelanggannya (Gerson, 2001: 89).

Pada penelitian tentang perbedaan kualitas jasa dari kepuasan pasien dalam mengembangkan strategi pemasaran pelayanan kesehatan menerangkan bahwa para pimpinan dan praktisi kesehatan harus memahami betul tentang faktor-faktor kepuasan pelayanan, seperti yang diterangkan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry, 1990 tentang Servqual seperti *Tangibles, Emphaty, Realibility, Responsif, dan Assurance* (Taylor, 1994).

## **B. Perumusan Masalah**

Seiring dengan semakin meningkatnya kesejahteraan dan tingkat pendidikan masyarakat dan mulainya era pasar bebas maka bisnis pelayanan kesehatan juga ikut berkembang. Perubahan tersebut akan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa pelayanan kesehatan. Rumah sakit adalah organisasi jasa pelayanan umum di bidang kesehatan. Dalam melakukan pemasaran produk rumah sakit tentunya berbeda dengan pemasaran produk yang berupa barang, karena produk yang dihasilkan rumah sakit berupa jasa yang memiliki keunikan tersendiri . Jasa itu sendiri adalah sesuatu yang tidak berwujud yang tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun (Kotler, 2003: dalam Arief 2007:11). Dalam memasarkan produk jasa tersebut harus mempertimbangkan kebutuhan pelanggan (konsumen) agar sesuai dengan harapan sehingga pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diterimanya. Finch (2004) mengemukakan pemasaran suatu produk atau jasa dapat memuaskan pelanggan bila perusahaan mempunyai orientasi kepada kebutuhan

pelanggan. Sudah semestinya bahwa mutu layanan kesehatan berorientasi pada pelanggan internal (tenaga medis, paramedis, non medis dan pelaksana fungsional lainnya) maupun pelanggan eksternal yaitu pasien dan keluarganya serta pihak lain yang berkepentingan dengan organisasi ( Imbalo, 2007:23).

Pelayanan kesehatan di rumah sakit yang berkaitan dengan mutu dan berorientasi kepada kepuasan pasien, dikenal dengan pelayanan prima. Pelayanan prima adalah pelayanan kepada pasien yang berdasarkan standar kualitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasien sehingga pasien dapat memperoleh kepuasan yang akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan kepada rumah sakit (Sujudi,2001:1). Di samping pengembangan pelayanan yang efisien dan efektif, pelayanan prima merupakan tuntutan dan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh rumah sakit agar kinerja yang diharapkan dapat terwujud.

Bertolak dari latar belakang dan identifikasi permasalahan diatas, agar Rumah Sakit Husada dapat memenuhi harapan pelanggan / pasien, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

- a. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien rawat inap terhadap pelayanan rawat inap Rumah Sakit Husada di Jakarta?
- b. Apakah ada perbedaan yang signifikan antara nilai "Persepsi" dengan nilai "Harapan" pasien terhadap pelayanan rawat inap Rumah Sakit Husada di Jakarta?

### **C. Tujuan Penelitian dan Signifikasi Penelitian**

#### **C.1 Tujuan dari penelitian ini adalah :**

- a. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Husada terhadap pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Husada Jakarta.
- b. Mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan antara nilai "Persepsi" dengan nilai "Harapan" pasien terhadap pelayanan rawat inap Rumah Sakit Husada Jakarta.



## **C.2 Signifikansi Penelitian ini adalah :**

### **C.2.1. Secara Akademis**

Secara akademis, hasil penelitian dapat bermanfaat untuk menambah wawasan bagi studi ilmiah tentang pengukuran kepuasan pelanggan dalam memberikan masukan kepada pengembangan ilmu pemasaran. Selain itu juga diharapkan dapat menjadi sumber pengayaan khasanal ilmu pengetahuan dalam bidang Administrasi dan Kebijakan Bisnis.

### **C.2.2. Secara Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan / masukan agar pelayanan Rumah Sakit Husada di Jakarta semakin mendekati kebutuhan pasien dan keinginan pasien sehingga meningkatkan kepuasan pasien.

## **D. Sistematika Penulisan**

Tesis ini akan disajikan dalam struktur bab yang dimaksudkan untuk mempermudah pemahaman hasil penelitian. Urutan tesis ini adalah :

### **BAB I      Pendahuluan**

Dalam bab ini menguraikan secara singkat mengenai latar belakang permasalahan, pokok permasalahan, tujuan penelitian, signifikansi penelitian dan sistematika penulisan tesis.

### **BAB II     Tinjauan Literatur dan Metode Penelitian**

Dalam bab ini menjelaskan berbagai teori dan pemikiran yang digunakan dalam menganalisa permasalahan tesis ini, yang meliputi teori tentang karakteristik jasa, kepuasan pelanggan serta metodologi penelitian yang meliputi operasionalisasi konsep, tipe penelitian, teknik pengumpulan data, populasi,

dan sampel, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data serta keterbatasan penelitian.

### BAB III Gambaran Umum Penelitian

Di bab ini diuraikan mengenai sejarah pendirian dan perkembangan perusahaan, produk jasa yang ditawarkan, serta program kepuasan pasien yang dimiliki oleh perusahaan.

### BAB IV Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam bab ini dibahas tentang hasil pengumpulan data dan pengolahan data mengenai harapan dan persepsi pasien, sistem analisis data, serta analisis harapan dan persepsi pasien.

### BAB V Simpulan dan Saran

Dalam bab ini berisi simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran-saran untuk pengembangan di masa yang akan datang.