

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

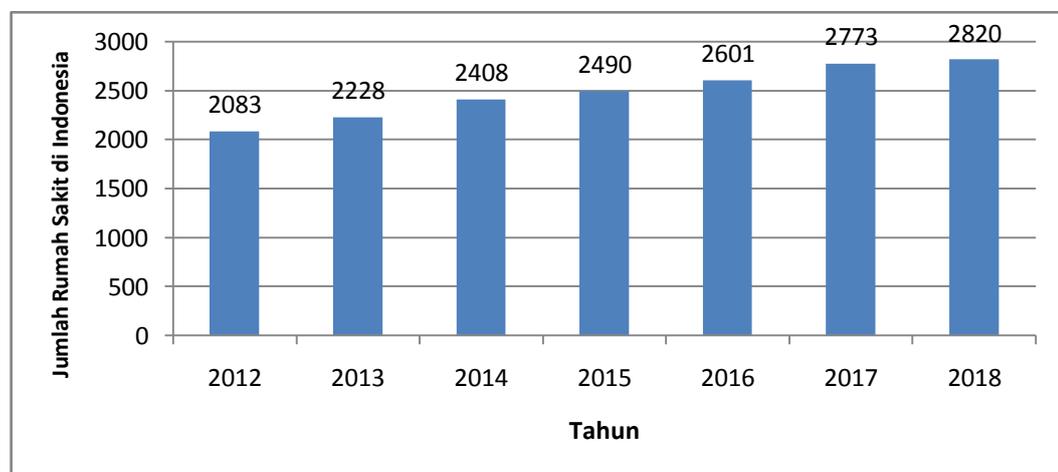
Dewasa ini perkembangan dunia bisnis mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik itu bisnis dalam bidang jasa ataupun bisnis manufaktur. Berkembangnya perekonomian yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan persaingan bisnis yang semakin tajam dan ketat, baik di pasar domestik atau bahkan internasional. Untuk dapat memperoleh keunggulan bersaing maka setiap perusahaan dituntut untuk bisa memenuhi kepuasan pelanggannya melalui strategi yang ditawarkan.

Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang mengalami peningkatan yang dramatis dan signifikan dibanding dengan dekade sebelumnya. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh pertumbuhan industri jasa sebelumnya, juga sebagai akibat dari tuntutan perkembangan teknologi. Hal ini dapat dilihat dari besarnya kontribusi industri jasa terhadap perekonomian dunia seperti yang terjadi pada asuransi, pariwisata, penerbangan, perbankan, retail, perhotelan dan industri-industri jasa lainnya (merdeka.com;2006). Demikian pula yang terjadi pada industri jasa nirlaba rumah sakit.

Kontribusi Industri jasa terhadap perekonomian ditunjukkan dengan meningkatnya Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dari 45% di tahun 2010 menjadi 55% di tahun 2012. Selain itu industri jasa juga mampu menciptakan 21,7 juta lapangan pekerjaan selama periode 2000-2010. Kontribusi industri jasa terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia dalam peningkatan PDB

nasional juga terlihat pada tahun 2018. Saat ini, kontribusi industri jasa masih menempati posisi yang tertinggi mencapai 9,22 % (Ristekdikti;2016).

Di Indonesia, perkembangan rumah sakit mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu rumah sakit dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar dapat menarik pelanggan melalui kualitas pelayanan yang diberikan.



Sumber : Ditjen Pelayanan, Kemenkes RI tahun : 2018

Gambar 1.1
Perkembangan Jumlah Rumah Sakit

Gambar 1.1 menunjukkan perkembangan rumah sakit di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dari tahun 2012 sebanyak 2.083 unit terus mengalami kenaikan hingga pada tahun 2018 sebanyak 2.820 unit. Menurut WHO (*World Health Organization*), rumah sakit adalah suatu bagian integral dari suatu organisasi sosial dan kesehatan dengan fungsi menyediakan pelayanan paripurna (komprehensif), penyembuhan penyakit (kuratif) dan pencegahan penyakit (preventif) kepada masyarakat.

Meningkatnya tuntutan masyarakat akan kualitas kesehatan menuntut penyedia jasa pelayanan kesehatan seperti rumah sakit untuk meningkatkan

kualitas pelayanan yang lebih baik, bukan hanya pelayanan yang bersifat penyembuhan penyakit tetapi juga mencakup pelayanan yang bersifat pencegahan (*preventif*) untuk meningkatkan kualitas hidup dan memberikan kepuasan bagi pengguna jasa kesehatan. Sebagaimana yang tertera pada Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 28 H Ayat (1) yang berbunyi “Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan”. Pasal 8 Ayat (1) yang berbunyi “Setiap penduduk berhak atas pelayanan kesehatan.” Dan Pasal 34 Ayat (3) yang berbunyi “Negara bertanggung jawab atas penyediaan fasilitas pelayanan umum yang layak”.

Menurut Saragih, dkk. (2013) rumah sakit merupakan ujung tombak pembangunan dan pelayanan kesehatan masyarakat, namun sayangnya tidak semua rumah sakit memiliki standar pelayanan mutu yang baik. Menurut Amalia (2015) pelayanan kesehatan dikatakan bermutu apabila pelayanan kesehatan tersebut dapat memberikan kepuasan bagi setiap pemakai jasa pelayanan kesehatan yang sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata serta penyelenggaraannya sesuai dengan standar kode etik profesi yang telah ditetapkan. Sebagai penyedia jasa pelayanan kesehatan, yang berorientasi pada pasien, pihak rumah sakit dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan harapan pasien, dengan tujuan menciptakan kepuasan pasien itu sendiri.

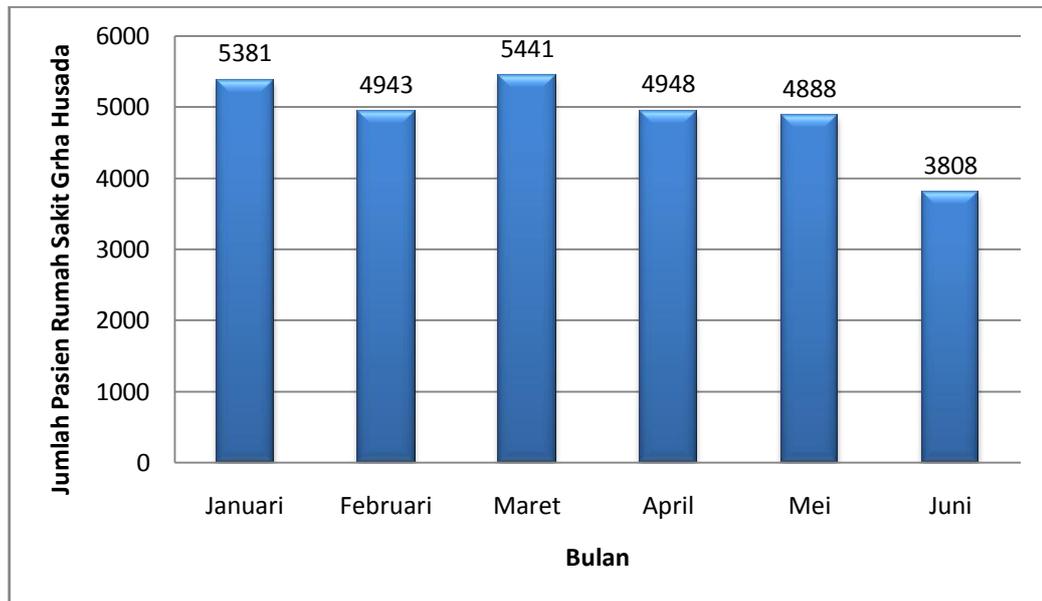
Sebagai usaha jasa, penilaian konsumen terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasa tersebut. Persepsi yang

diperoleh dari interaksi pelanggan terhadap fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa dimata konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2016;22). Priansa (2017;209) berpendapat bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah fasilitas, fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dalam usaha jasa fasilitas merupakan sesuatu yang penting, oleh karena itu desain interior dan eksterior kondisi fasilitas, serta kebersihan harus dipertimbangkan karena berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mongkaren (2013) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain fasilitas, perusahaan yang bergerak dibidang jasa juga dituntut untuk memperhatikan pemilihan lokasi dalam melakukan seluruh kegiatannya, karena lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh calon konsumen akan lebih menguntungkan perusahaan. Menurut Priansa (2017;210) tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Menurut Utami (2012) lokasi adalah struktur fisik dari suatu usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam menempatkan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Bailia, dkk. (2013) yang menyatakan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Irawan (2008;37) berpendapat bahwa *emotional factor* merupakan salah satu *driver* utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam produk jasa. Kepuasan emosi adalah suatu tingkatan dimana keinginan, kebutuhan, dan harapan dapat terpenuhi atau terlampaui melalui transaksi yang telah dievaluasi pasca konsumsi yang jika terpenuhi dapat mengakibatkan pembelian ulang, jika tidak mengakibatkan keinginan konsumen untuk berpindah. Sheth et al. dalam Wen & Noor (2015;54) mengungkapkan bahwa emosi merupakan salah satu aspek yang juga dapat membentuk perasaan dan keinginan seseorang terhadap sesuatu hal. Nilai emosional mempengaruhi kemampuan sebuah produk untuk membangkitkan perasaan pelanggan baik perasaan positif ataupun negatif. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sari (2014) yang menyatakan *emotional factor* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Rumah Sakit Grha Husada sebagai salah satu perusahaan yang memberikan layanan jasa kesehatan di Kabupaten Gresik. Rumah Sakit bertipe D di bawah kelola PT Petro Grha Medika yang mulai beroperasi sejak 10 Maret tahun 2009 ini pada perkembangannya selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap pemenuhan layanan kesehatan yang berkualitas dan sesuai standar. Rumah Sakit Grha Husada berkomitmen senantiasa mengutamakan keselamatan pasien dan pelayanan prima.



Sumber : Rumah Sakit Grha Husada : 2018

Gambar 1.2
Data Jumlah Pasien Rumah Sakit Grha Husada
Bulan Januari – Juni 2018

Gambar 1.2 menunjukkan jumlah keseluruhan pasien berobat di Rumah Sakit Grha Husada selama 6 bulan terakhir. Dari gambar 1.2 menunjukkan pada bulan Januari Rumah Sakit Grha Husada melayani pasien berobat sebesar 5381 jiwa, kemudian bulan Februari melayani pasien berobat sebesar 4943 jiwa, bulan Maret melayani pasien berobat 5441 jiwa, bulan April melayani pasien berobat 4948 jiwa, bulan Mei melayani pasien berobat 4888 jiwa, dan bulan Juni 3808 jiwa. Dari data yang telah diuraikan dapat disimpulkan pasien berobat pada Rumah Sakit Grha Husada mengalami penurunan.

Sebagai usaha memenuhi harapan pelanggan pihak pemasaran internal Rumah Sakit Grha Husada menyebarkan kuesioner dalam satu bulan sekali untuk mengukur tingkat kepuasan pasien. Tolak ukur yang dipakai mencakup seluruh pelayanan baik rawat jalan, rawat inap ataupun gawat darurat. Kotler dan

Armstrong (2014;150) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Berikut hasil rekapan pengaduan pasien berobat pada Rumah Sakit Grha Husada selama 6 Bulan terakhir.

Tabel 1.1
Hasil Rekapan Pengaduan Pasien Berobat
Bulan Januari – Juni 2018

No.	Bulan	Jumlah Keluhan Pasien
1.	Januari	4
2.	Februari	5
3.	Maret	9
4.	April	11
5.	Mei	15
6.	Juni	15

Sumber : Rumah Sakit Grha Husada 2018

Dari Tabel 1.1 diketahui pengaduan atau komplain di Rumah Sakit Grha Husada mengalami peningkatan dari bulan Januari sebanyak 4 orang, bulan Februari sebanyak 5 orang, Maret sebanyak 9 orang, April sebanyak 11 orang, Mei sebanyak 15 orang, dan Juni sebanyak 15 orang. Komplain-komplain yang diuraikan diantaranya menyangkut fasilitas-fasilitas fisik, petugas medis dan non medis, lokasi, dan faktor lain.

Untuk mengatasi komplain tersebut terdapat beberapa upaya yang dilakukan oleh pihak Rumah Sakit diantaranya mendengarkan secara seksama dan keseluruhan pernyataan untuk keluhan langsung, untuk keluhan media sosial dilakukan dengan memberikan jawaban normative, untuk keluhan kotak saran ditanggapi dengan memberikan jawaban melalui nomer telepon yang telah

dicantumkan, untuk proses meneliti dilakukan dengan cara melakukan penelusuran dari pernyataan keluhan yang masuk ke bagian/ unit terkait, untuk proses mengkompilasi dilakukan dengan cara melakukan evaluasi terhadap hasil laporan keluhan setiap bulannya, dan sebagainya. Terkait dengan hal tersebut ada beberapa hal yang harus menjadi perhatian pihak rumah sakit berkaitan dengan fasilitas, lokasi, dan *emotional factor*.

Rumah Sakit Grha Husada memiliki beberapa fasilitas diantaranya ruang rawat inap, poli-poli, fasilitas untuk ibadah, dan sebagainya. Fasilitas yang ada pada rumah sakit terbilang sudah cukup lengkap, namun ada beberapa kekurangan dari segi fasilitas diantaranya minimnya lahan parkir yang disediakan rumah sakit, tempat duduk ruang tunggu yang kurang, pelayanan farmasi yang lama, dan sebagainya.

Lokasi Rumah Sakit Grha Husada terletak di Perumahan Petrokimia Gresik. Lokasi yang jaraknya lumayan jauh dari jalan raya dan fasilitas umum seperti masjid, pusat perbelanjaan, rumah makan, dan sebagainya memungkinkan konsumen mempersulit aktifitasnya.

Laporan pengaduan pasien Rumah Sakit Grha Husada terdapat pendapat pasien yang menyatakan bahwa pasien kurang mendapatkan kepuasan dari pelayanan petugas pendaftaran Rumah Sakit Grha Husada. Keramahan yang harusnya menjadi citra Rumah Sakit tidak didapatkan oleh pasien. Ketidakramahan petugas tersebut seringkali membuat pasien emosi, kemudian membentuk pengalaman yang tidak menyenangkan akan pelayanan petugas Rumah Sakit.

Maka berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti tertarik untuk mengajukan skripsi dengan judul “**Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan *Emotional Factor* Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Grha Husada.**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti dalam melakukan penelitian ini merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Grha Husada?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Grha Husada?
3. Apakah *emotional factor* berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Grha Husada?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Grha Husada.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Grha Husada.
3. Untuk mengetahui pengaruh *emotional factor* terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Grha Husada.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan sistem pelayanan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang pengaruh fasilitas, lokasi, dan *emotional factor* terhadap kepuasan pasien.
2. Bagi akademisi, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna.

1.4.2 Secara Praktis

Memberikan masukan kepada perusahaan bahwa fasilitas, lokasi, dan *emotional factor* memiliki peran penting untuk kemajuan perusahaan tersebut dan mengetahui sejauh mana kualitas ataupun kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan teori yang ditelitinya ke dalam dunia bisnis yang sebenarnya.