BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2000:50).

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin,2007:2).

Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas layanan ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk

suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mounth) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh Kondisi lingkungan usaha yang pesat dewasa ini, membawa perusahaan-perusahaan untuk dapat bersaing sehingga dapat mempertahankan perusahaannya terutama untuk perusahaan yang sejenis. Apalagi sekarang ini sudah begitu banyak perusahaan-perusahaan baru yang memiliki daya saing yang tinggi terutama perusahaan jasa. Berbagai macam kiat yang dilakukan sudah menjadi suatu keharusan agar perusahaan tetap sukses baik ditingkat operasional, manajerial maupun strategik. Banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan jasa lainnya. Karena setiap perusahaan jasa memiliki cara tersendiri untuk dapat mempertahankan pelanggannya. Pada perusahaan jasa tidak hanya menawarkan produk akan tetapi merekapun menawarkan jasa, maka perusahaan jasa harus mengutamakan yang namanya kualitas, karena kualitas merupakan salah satu faktor yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Disamping itu, kondisi konsumen sekarang ini, sebagian

telah atau sedang beralih menjadi konsumen yang berbasiskan pengetahuan *(knowledge economy and society)* sehingga menuntut tawaran-tawaran yang lebih berkualitas.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Rumah sakit merupakan suatu tempat pelayanan, yang menyelenggarakan pelayanan medik dan spesialistik, pelayanan penunjang medik, pelayanan instalasi medik dan pelayanan perawatan secara rawat jalan dan rawat inap (Widagdo, 2010).

Rumah Sakit sebagai salah satu lembaga pelayanan kesehatan harus dapat menjadikan ’jasa’ sebagai sumber kekuatan dan produk utamanya. Tujuan utama dari program upaya pelayanan kesehatan bukan semata–mata untuk penyembuhan penyakit, tetapi lebih diarahkan untuk meningkatkan kemampuan fisik mental dan kehidupan sosial masyarakat, sehingga derajat kesehatan masyarakat semakin hari semakin baik. Peningkatan pelayanan jasa pada Rumah Sakit akan menjadikannya salah satu rekomendasi yang di tunggu oleh konsumen.

Rumah Sakit Umum Daerah Otanaha merupakan salah satu Rumah Sakit yang ada di Kota Gorontalo. RSUD Otanaha sebelumnya adalah Rumah Sakit Ibu dan Anak. Pada tahun 1990 beralih menjadi Rumah Sakit Pilolodaa dengan rawat inap Kotamadya Gorontalo. Dan pada 2010 Rumah Sakit Pilolodaa tersebut beralih fungsi menjadi Rumah Sakit Umum

Daerah Otanaha tipe D yang mulai beroperasi pada 19 Maret 2010 dengan jumlah pegawai 79 orang yang tediri dari pejabat struktural 4 (empat) orang dan fungsional serta staf administrasi 75 orang.

Dari segi keadaan infrastruktur RS Otanaha terbilang masih minim, dari segi kelengkapan fasilitas yang ada, jumlah pegawai yang belum memadai, dan manajemen yang masih baru, memungkinkan terjadinya masalah dalam hal pelayanan yang diberikan. Hal tersebut terjadi karena keadaan RS Otanaha yang terbilang baru lahir di Kota Gorontalo.

Permasalahan yang terjadi kemudian adalah masyarakat selalu mengharapkan agar pelayanan rumah sakit, baik milik pemerintah maupun swasta dapat memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi setiap pengguna yang memanfaatkannya, menginginkan fasilitas yang baik dari rumah sakit, keramahan pihak rumah sakit, serta ketanggapan, kemampuan, dan kesungguhan para petugas rumah sakit. Dengan demikian pihak rumah sakit dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan layanan kepada pasien. Permasalahan diatas diikuti dengan keadaan RSUD Otanaha yang terbilang masih cukup baru yang akan memungkinkan kurangnya rekomendasi yang diberikan dan yang berminat bagi RSUD tersebut.

Sebagai RS baru tentunya masyarakat mengharapkan nilai lebih yang berbeda yang dapat diberikan oleh RSUD Otanaha dibanding RS lainnya, yang dalam hal ini antara lain profesionalisme pegawai termasuk dokter yang bertugas, fasilitas yang dimiliki, serta pelayanan yang diberikan, yang mana hal tersebut dapat mendorong terbentuknya kualitas pelayanan yang baik dari RSUD Otanaha sehingga disisi lain akan tercipta kepuasan pasien untuk berobat pada RSUD Otanaha.

Dari uraian latar belakang diatas, dan untuk dapat mengkaji lebih dalam berdasar sudut pandang kualitas pelayanan dan kepuasan pasien, maka penulis merasa tertarik untuk

mengajukan skripsi dengan judul ***"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Otanaha Kota Gorontalo".***

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Ketersediaan fasilitas yang masih kurang.
2. Keadaan perawat yang masih minim
3. Manajemen Rumah Sakit yang masih baru
4. Pasien masih merasakan keluhan saat setelah dilayani oleh petugas kesehatan rumah sakit.
5. Dokter spesialis melakukan pelayanan ganda.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: "Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien?"

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pada RSUD Otanaha Kota Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menciptakan dua manfaat yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1.5.1 Manfaat Teoritis

a. Sebagai sumbangan bagi ilmu pengetahuan.

b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi Rumah Sakit yang bersangkutan dalam hubungannya dengan jasa pelayanan kesehatan.

b. Sebagai input atau bahan masukan untuk perbaikan kualitas pelayanan guna memenuhi kepuasan pasien, sehingga dapat menentukan langkah- langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.