

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelayanan rawat jalan adalah pelayanan pasien untuk observasi, diagnosis, pengobatan, rehabilitasi medik dan pelayanan kesehatan lainnya tanpa menginap di Rumah Sakit (Kepmenkes RI 1165/MENKES/SK/2007). Secara demografi, Rumah Sakit Islam “SUNAN KUDUS” berada di tengah kepungan rumah sakit lain di wilayah Kudus utamanya disebelah barat. Rumah Sakit Islam “SUNAN KUDUS” sebagai rumah sakit tipe C satu-satunya dikudus memiliki Visi menjadi rumah sakit terkemuka di Kudus. Pelayanan poliklinik rawat jalan di rumah sakit ini sudah cukup lengkap. Diantaranya adalah poliklinik penyakit dalam, penyakit anak, bedah, kandungan, saraf, THT, mata, kulit, paru-paru bahkan poliklinik penyakit jantung juga sudah ada. Kendali mutu dan kendali biaya menjadi syarat pelayanan pasien sebagaimana yang di amanahkan oleh BPJS.

Loyalitas muncul karena kepercayaan pelanggan setelah menggunakan atau mengonsumsi suatu produk. Kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan pelanggan sesuai dengan apa yang mereka alami dan rasakan, dan bahkan melebihi harapan mereka (Westbrook, 1980). Apabila perusahaan tidak mampu memenuhi keinginan dan harapan tersebut, maka kemungkinan besar konsumen akan mengalami ketidakpuasan sehingga akan mencari alternatif lain dalam konsumsi selanjutnya yang dirasa dapat memenuhi keinginan dan harapannya

Upaya memberikan pelayanan yang optimal sesuai dengannya visinya mendorong rumah sakit ini untuk dapat memuaskan konsumen. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan yang tinggi akan meningkatkan penjualan jasa dan meraih keuntungan yang lebih besar. Faktor lain dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan adalah nilai yang dirasakan pelanggan (customer perceived value). Nilai yang dirasakan pelanggan dan kepuasan pasien menjadi modal utama untuk menciptakan pasien yang loyal terhadap rumah sakit. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Javed dan Cheema (2012) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dan nilai yang dirasakan pelanggan adalah pendorong kuat dari loyalitas pelanggan. Persepsi pelanggan akan memotivasi seseorang untuk melakukan tindakan.

Persepsi ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan, fisik dan keadaan individual. Persepsi sangat-sangat beragam antar individu satu dan lainnya. Realita yang sama akan dirasakan berbeda oleh individu yang lain. Didalam pemasaran, persepsi dikatakan lebih penting daripada realitas, karena dari persepsi itulah akan mempengaruhi perilaku actual konsumen. Kotler & Keller (2009:161) Kepuasan dan kepercayaan pasien juga akan tumbuh jika pelayanan yang baik dapat dilaksanakan di unit pelayanan rumah sakit. Oleh karena itu, Rumah Sakit Islam Sunan Kudus berusaha untuk membuat nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan menjadi terwujud.

Kemajuan teknologi dan pendidikan masyarakat juga mempengaruhi tuntutan masyarakat terhadap kualitas layanan kesehatan. Hal ini pula yang

mendorong pelaku dunia usaha jasa kesehatan juga berupaya meningkatkan pelayanan dan memenuhi kebutuhan pasien demi memuaskan pelanggan.

Tabel 1.1
Kunjungan Pasien Lama dan Pasien Baru Rawat Jalan Rumah Sakit Islam Sunan Kudus Tahun 2020

TAHUN	KUNJUNGAN PASIEN LAMA	KUNJUNGAN PASIEN BARU	TOTAL KUNJUNGAN
2017	75.696	16.389	92.085
2018	158.013	31.084	189.097
2019	162.686	20.231	182.917
2020	127.317	14.324	141.641

Sumber: SIMRS (Data Sistem Informasi Rumah Sakit) RSI Sunan Kudus 2020

Sebelum tahun 2017, bentuk bangunan ruang poliklinik hanya berbentuk ruang-ruang seperti ruang kelas, sangat standard dan terkesan kotor. Hal ini mendorong pihak manajemen melakukan renovasi guna meningkatkan persepsi masyarakat terhadap layanan poliklinik rawat jalan. Strategi ini digunakan dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan pasien. Selain renovasi gedung dari ruang sederhana menjadi gedung lantai 3, rumah sakit juga melengkapi peralatan pemeriksaan kesehatan yang mutakhir. *Soft opening* dilakukan awal tahun 2018 dan *grand opening* dilakukan tanggal 5 Oktober 2018.

Penambahan Fasilitas dan pembangunan ini bertujuan untuk meningkatkan persepsi nilai dari pasien terhadap rumah sakit, meningkatkan kepuasan pasien dan kepercayaan pasien. Tabel 1.1 menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan jumlah pasien yang cukup signifikan. Tahun 2017 total kunjungan 92.085 pasien, meningkat menjadi 189.097 pada tahun 2018. Kunjungan pasien lama tahun 2018 meningkat dari 158.013 orang menjadi 162.686, namun hal sebaliknya terjadi pada pertumbuhan jumlah pasien baru. Jumlah pasien baru dari 31.084 ditahun 2018

jumlahnya menurun ditahun 2019 hanya sebesar 20.231 sehingga total kunjungan pasien ditahun 2019 sejumlah 182.917 orang.

Dari data ini menunjukkan perkembangan yang sangat baik pada kunjungan pasien lama namun tidak demikian untuk pasien baru. Hal ini perlu dievaluasi, apakah peningkatan kunjungan pasien ini karena perceived value, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pasien meningkat atau rumah sakit diuntungkan dengan adanya permenkes No 001 tahun 2012 tentang Sistem Rujukan Pelayanan Kesehatan Perorangan. Dimana dalam Permenkes ini berlaku rujukan benjenjang mulai tahun 2017 dimana terdapat aturan bahwa dokter keluarga hanya bisa merujuk ke rumah sakit tipe D atau C. Sehingga pasien tidak bisa memilih rumah sakit tipe B atau A sebelum melewati rumah sakit tipe D atau C. Penurunan kunjungan pasien di tahun 2020 sangat dipengaruhi oleh pandemi virus corona

Table 1.2
Kepuasan Pasien Poliklinik Rumah Sakit Islam “SUNAN KUDUS”

TAHUN	PUAS	TIDAK PUAS
2017	90%	10 %
2018	97%	3%
2019	88.49%	11.51%
2020	96.88%	3.13 %

Sumber: Surveillance Peningkatan Mutu Keselamatan Pasien RSI Sunan Kudus 2020

Peningkatan jumlah pasien ditahun 2018 diikuti dengan naiknya indeks kepuasan pasien. Kepuasan pasien dari hasil surveillence Komite Mutu dan Keselamatan Pasien (KMKP) mencatat kepuasan pasien tahun 2018 lebih baik dibandingkan tahun 2017. Namun hal sebaliknya terjadi pada tahun 2019. Kepuasan pasien menurun dari 97% pada tahun 2018 menjadi 88.49% ditahun

2019. Hal ini berbanding terbalik dengan peningkatan jumlah pasien di tahun 2019. Penurunan tingkat kepuasan ini perlu segera dievaluasi apakah berhubungan dengan kepuasan dan kepercayaan pasien. Anomali data terjadi pada tahun 2020. Pandemi virus coron kemungkinan berpengaruh terhadap menurunnya jumlah kunjungan pasien rawat jalan, namun disisi lain terjadi peningkatan tingkat kepuasan pasien dari 88.49% ditahun 2019 menjadi 96.88% ditahun 2020.

Tabel 1.3
Komplain Pasien Pasien Rawat Jalan

Tahun	2018	2019	2020
Januari	5	2	19
Februari	8	2	12
Maret	13	13	8
April	1	7	1
Mei	10	5	0
Juni	11	1	1
Juli	7	6	7
Agustus	7	8	4
September	4	5	11
Oktober	10	5	2
November	7	13	-
Desember	4	4	-
RATA-RATA	7.25	5.91	6.5

Sumber : Laporan Bulanan Customer Servis Terpadu (CST) RSI Sunan Kudus 2020

Laporan komplain pasien rawat jalan juga masih relative tinggi. Peningkatan jumlah pasien tidak serta merta menurunkan angka komplain. Setiap bulan masih ada komplain yang disampaikan oleh pasien mengenai pelayanan di rumah sakit. Jumlah komplain fluktuatif dengan rata-rata complain pada tahun

2018 sejumlah 7,25 komplain perbulan, tahun 2019 sejumlah 5,91 komplain perbulan dan tahun 2020 sejumlah 6,5 komplain perbulan. Hal ini dapat diartikan bahwa jumlah pasien meningkat, namun kepuasan belum maksimal mengingat masih adanya complain dari pasien. Membangun loyalitas konsumen bukanlah hal yang mudah, apalagi dilakukan dengan proses yang instan.

Menurut Barnes (2011: 41) membangun loyalitas dimulai dari penciptaan nilai, kepuasan dan loyalitas. Meningkatkan nilai bagi konsumen dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan dapat meningkatkan ketahanan konsumen. Ketika konsumen bertahan karena mereka merasa nyaman dengan nilai dan layanan yang mereka dapatkan, mereka lebih cenderung menjadi pelanggan setia. Loyalitas ini mengarah pada pembelian berulang, rekomendasi, dan peningkatan proporsi pengeluaran. Peneliti bidang pemasaran yang menguji pengaruh persepsi nilai terhadap loyalitas konsumen masih memberikan kesimpulan yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Nawarini (2019); Indriani (2018) Chen and Tsai (2008) dan Rahab et.al (2015) menemukan bahwa *percieved value* berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen. Namun, temuan ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendhana dan Darma (2017); menyatakan bahwa pengaruh langsung dari *perceived value* terhadap loyalitas konsumen tidak mendapatkan hasil yang signifikan. Sejalan dengan hasil penelitian Firmansyah dan Prihandono (2017) dimana disimpulkan *perceived value* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian oleh Nawarini (2019) Subagyo dan Saputra (2012) menyimpulkan *customer satisfaction* secara positif mempengaruhi *customer*

loyalty. Hasil ini didukung oleh penelitian Rahab et.al (2015) dan Pramita (2018) yaitu perceived value berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan serta Perceived Value dan Kepuasan Pelanggan secara bersama-sama memiliki pengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian lain oleh Ramli dan Sjahrudin (2015) mengemukakan hal lain, yaitu kepuasan pasien yang tinggi belum meningkatkan loyalitas pasien. Hasil penelitian Resika et.all (2018) customer perceived value dan customer trust berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen

Penelitian oleh Sukmana dan Ratnasari (2015) menyimpulkan bahwa Kepuasan pasien berpengaruh terhadap kepercayaan pasien, kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien dan Kepercayaan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Pramita (2018) dalam *Effect of Experience in Building Satisfaction, Trust and Loyalti* menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dukungan lain adalah dari penelitian Ramli dan Sjahrudin (2015) yang menyimpulkan kepuasan pasien dapat meningkatkan loyalitas pasien jika didukung oleh kepercayaan pasien

Bertolak dari penelitian tersebut bahwa hasil penelitian Faizah dan Nurjanah (2019) memberikan hasil bahwa Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Alberto, et all (2019) menyimpulkan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap niat beli atau loyalitas pelanggan. Bernarto dan Patricia (2017) dalam

penelitiannya juga menyimpulkan Trust tidak berpengaruh positif terhadap customer loyalty.

Dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya, terlihat bahwa terdapat *research gap* yang perlu dianalisis. Berdasarkan paparan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh nilai pelanggan (*customer perceived value*) dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, serta pengaruh *customer perceived value* dan kepuasan peningkatan kepuasan pasien menumbuhkan kepercayaan pada pasien yang akan meningkatkan loyalitas pasien dengan judul penelitian “Pengaruh *Customer Percieved Value* Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Islam SUNAN KUDUS Dengan Kepercayaan Pasien Sebagai Variabel Intervening”

1. 2 Rumusan Masalah

Dalam kurun waktu 2 tahun terakhir, jumlah pasien di poliklinik rawat jalan Rumah Sakit Islam “SUNAN KUDUS” terus mengalami peningkatan, seiring ditambahnya fasilitas kesehatan dirumah sakit, gedung baru yang megah, maupun jenis pelayanan poliklinik spesialis. Namun disisi lain angka kepuasan pasien tahun 2019 menurun dibandingkan tahun 2018. Serlain itu jumlah rata-rata pasien komplain yang diterima oleh customer servis terpadu (CST) rumah sakit juga meningkat. Rasio pasien baru dan pasien lama lebih dominan pasien lama yang menjalani kontrol ulang. Dari uraian tersebut diatas, perlu diteliti peran perceived value, kepuasan dan kepercayaan pasien terhadap loyalitas pasien guna meningkatkan jumlah kunjungan pasien ke rumah sakit ditahun yang akan datang mengingat persaingan bisnis dibidang kesehatan semakin ketat, maka pertanyaan

penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Customer Percieved value* berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien ?
2. Apakah Kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien ?
3. Apakah *Customer Percieved value* berpengaruh positif terhadap kepercayaan pasien ?
4. Apakah Kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap kepercayaan pasien ?
5. Apakah Kepercayaan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien ?
6. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung dari *Percieved value* terhadap loyalitas melalui kepercayaan pasien ?
7. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung dari Kepuasan Pasien terhadap loyalitas melalui kepercayaan pasien ?

1. 3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis :

1. Pengaruh *customer percieved value* terhadap loyalitas pasien
2. Pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien
3. Pengaruh *customer percieved value* terhadap kepercayaan pasien
4. Pengaruh kepuasan pasien terhadap kepercayaan pasien
5. Pengaruh Kepercayaan pasien terhadap loyalitas pasien
6. Pengaruh tidak langsung *percieved value* terhadap loyalitas melalui kepercayaan pasien sebagai intervening

7. Pengaruh tidak langsung kepuasan pasien terhadap loyalitas melalui kepercayaan pasien sebagai intervening

1. 4 Batasan Penelitian

Penelitian dilakukan pada pasien rawat jalan yang berkunjung ke poliklinik rawat jalan Rumah sakit Islam Sunan Kudus. Observasi langsung dengan alat bantu kuesioner dengan target 150 responden. Penelitian tidak dilakukan pada pasien rawat jalan IGD , pasien poliklinik penyakit anak dan poliklinik jiwa.

1. 5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan pemahaman dari hubungan *perceived value*, kepuasan pasien, kepercayaan dan loyalitas pasien. Penelitian ini juga secara umum dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah pelayanan di rumah sakit sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh masyarakat. Secara khusus, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat di tahun mendatang.