

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

“Organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal dari dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu” (Hasibuan, 2007: 5). Suatu organisasi dapat bergerak dalam dua bidang, yaitu bidang jasa dan barang. Baik organisasi jasa maupun barang, keduanya menghasilkan suatu produk yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat.

Bisnis jasa banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Dapat kita bayangkan betapa berpengaruhnya bisnis jasa dalam dunia modern. Kini setiap konsumen tidak lagi hanya sekedar membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa dan pelayanan yang melekat pada produk yang bersangkutan. Menurut Fitzsimmons dan Sullivan dalam Tjiptono (2006: 2-3), perkembangan sektor jasa erat kaitannya dengan tahap-tahap perkembangan aktivitas ekonomi yang meliputi:

(1) primer (ekstraktif), meliputi pertanian, pertambangan, perikanan dan kehutanan; (2) sekunder (produksi barang), meliputi pemanufakturan dan pemrosesan; (3) tersier (jasa domestik), terdiri atas restoran dan hotel, salon kecantikan, *laundry* dan *dry cleaning*, pemeliharaan dan reparasi; (4) kuartier (perdagangan), meliputi transportasi, perdagangan eceran, komunikasi keuangan dan asuransi, *real estate* dan pemerintahan; (5) kuiner (perbaikan dan peningkatan kapasitas manusia), terdiri atas kesehatan, pendidikan, riset, rekreasi dan kesenian.

Salah satu bentuk bisnis jasa yang tak bisa lepas dari kehidupan manusia yaitu Rumah Sakit (RS). Menurut Wikipedia (*Online*), RS adalah

sebuah institusi perawatan kesehatan profesional yang pelayanannya disediakan oleh dokter, perawat dan tenaga ahli kesehatan lainnya.

Sebagai salah satu bentuk bisnis jasa yang melayani kebutuhan masyarakat akan fasilitas yang berkaitan dengan kesehatan, RS harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengguna jasa, dalam hal ini pasien. Secara sederhana, Lewis & Booms dalam Tjiptono (2008: 85) mengartikan kualitas pelayanan sebagai “ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Kualitas dapat mengurangi biaya (Tjiptono, 2008: 83). Crosby dalam Tjiptono (2008: 83) menyatakan bahwa “*quality is free*”. Biaya untuk mewujudkan produk yang berkualitas jauh lebih kecil dibandingkan biaya yang ditimbulkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.

“Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan” (Tjiptono, 2008: 85). Parasuraman dalam Tjiptono (2008: 85) mengemukakan, kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan dan persepsi terhadap layanan. Hasil penelitian Umardana (2008) menunjukkan pelayanan yang diterapkan oleh Rumah Sakit Pertamina Jaya telah memberikan kepuasan kepada pasien karena pelaksanaannya sudah sesuai dengan harapan pasien.

“Kepuasan pelanggan telah menjadi kosakata wajib bagi setiap organisasi bisnis” (Tjiptono, 2008: 169). Tjiptono (2008: 169) mengemukakan, kepuasan pelanggan berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik di antaranya sebagai berikut:

(1) berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan; (2) berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*; (3) menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan, terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan; (4) menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan; (5) meningkatkan toleransi harga, terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok; (6) menumbuhkan rekomendasi getok tular positif; (7) pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan; dan (8) meningkatkan *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

Pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk dari perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono & Diana, 2003: 100). Menurut Hill, Brierley, & MacDougal dalam Tjiptono (2008: 175), kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan dengan serangkaian keperluan pelanggan (*customer requirements*). Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan sudah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan yang berorientasi pada konsumen (Yasir *et al.*, 2009: 39).

Kasus Prita Mulyasari, mantan pasien RS Omni Internasional, adalah salah satu fenomena di mana ketidakpuasan konsumen bisa dipicu oleh karena tidak terpenuhinya hak-hak konsumen. Saat menjalani perawatan, Prita

Mulyasari tidak mendapatkan kesembuhan, melainkan penyakitnya bertambah parah. Pihak RS Omni Internasional tidak memberikan keterangan yang pasti mengenai penyakit serta rekam medis yang diperlukan pasien. Kemudian Prita Mulyasari mengeluhkan pelayanan RS tersebut lewat surat elektronik yang kemudian menyebar ke berbagai *mailing list* di dunia maya. Akibatnya, pihak RS Omni Internasional berang dan marah, dan merasa dicemarkan (Hutasoit, 2009).

Telah banyak penelitian akademis dan praktis yang mengungkapkan biaya mempertahankan pelanggan jauh lebih murah dibandingkan biaya merebut pelanggan baru (Tjiptono, 2008: 198). Saat ini, kepuasan bukan hanya merupakan harapan pelanggan, tetapi sudah menjadi kebutuhan dan keinginan perusahaan. “Intim dengan pelanggan lebih memungkinkan keberhasilan upaya mempertahankan pelanggan” (Yasir *et al.*, 2009: 35).

Satyanegara dalam Adikoesoemo (2003: 11) menyatakan, “RS adalah bagian yang integral dari keseluruhan sistem pelayanan kesehatan yang dikembangkan melalui rencana pembangunan kesehatan”. Dilihat dari segi pertumbuhan RS, ternyata dalam 20 tahun belakangan ini meningkat dengan pesat terutama di kota besar, salah satunya di Bandung.

Satyanegara dalam Adikoesoemo (2003: 11) mengemukakan, pengelolaan sebuah usaha di bidang layanan kesehatan sangat jauh berbeda dengan pengelolaan usaha di bidang lain. RS merupakan kegiatan yang padat modal dan padat karya, namun juga dalam menjalankan sebuah RS perlu

ditekankan penerapan nilai etika sosial di samping segi ekonomis, maka dari itu usaha RS termasuk usaha yang mengandung nilai-nilai yang kompleks.

Rumah Sakit Bhayangkara Sartika Asih (RSBSA) Bandung merupakan salah satu bentuk rumah sakit lembaga. RSBSA Bandung merupakan Rumah Sakit Bhayangkara tingkat II. RSBSA beralamat di Jl. Moch. Toha No. 369 Bandung. Dari waktu ke waktu RSBSA Bandung terus berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap masyarakat. Sampai saat ini belum ada penelitian yang dilakukan oleh pihak RSBSA Bandung untuk mengetahui bagaimana persepsi pasien tentang kualitas pelayanan keperawatan yang diberikan sehingga pihak RSBSA Bandung tidak mengetahui apakah pasien merasa puas atau tidak dengan pelayanan yang telah diberikan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Rekam Medis RSBSA Bandung, dalam kurun waktu satu tahun terakhir ini pengguna jasa rawat inap terbesar RSBSA Bandung adalah masyarakat umum (61,3%). Kategori lain pengguna jasa RSBSA Bandung adalah POLRI (2,4%), Keluarga POLRI (26,3%), Pegawai Negeri Sipil (1%), Purnawirawan (2%), dan Tahanan (1%).

Keperawatan adalah suatu bentuk pelayanan profesional yang merupakan bagian integral dari pelayanan kesehatan, didasarkan pada ilmu dan kiat keperawatan ditujukan kepada individu, keluarga, kelompok dan masyarakat baik sehat maupun sakit yang mencakup seluruh proses kehidupan manusia (RUU tentang Keperawatan Pasal 1, 2009). Perawat sebagai sumber daya manusia yang berhadapan langsung dengan pasien sangat menentukan

persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan keperawatan di RS. Keberhasilan suatu RS salah satunya memang sangat ditentukan oleh pelayanan yang diberikan oleh perawat kepada pasien, tetapi yang lebih utama adalah bagaimana pasien memaknai seluruh kegiatan perawat dalam membantu pasien sesuai dengan tugas-tugas keperawatannya terhadap pasien selama perawatan. Apabila perawat memberikan pelayanan kepada pasien sesuai dengan harapan pasien, maka pasien akan menilai bahwa pelayanan yang diberikan telah memberikan kepuasan. Dan selanjutnya pasien tersebut akan kembali lagi ke RS yang bersangkutan atau bahkan dia akan memberitahukan kepada orang lain mengenai RS tersebut. Sehingga jumlah pasien yang berobat dan rawat inap di RS tersebut akan bertambah pula. Hasil penelitian yang dilakukan Fadilla pada Rumah Sakit AQMA Cikampek menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi tentang pelayanan perawatan dengan kepuasan pasien (Fadilla, 2008: 135).

Dari waktu ke waktu terjadi peningkatan dan penurunan jumlah pasien rawat inap di RSBSA Bandung. Pasien rawat inap di RSBSA Bandung menempati satu bangunan yang terdiri atas empat lantai. Khusus untuk pasien rawat inap Kelas IIA, Kelas I, dan Kelas VIP menempati Ruang Langlangbuana yang terletak di lantai 4. Ruangan ini memiliki citra yang cenderung eksklusif karena merupakan ruangan yang kualitas pelayanannya melebihi ruangan-ruangan yang lainnya dalam beberapa aspek.

Selama bulan Februari dan Maret 2009, terjadi peningkatan pasien rawat inap di Ruang Langlangbuana RSBSA Bandung. Pada bulan Januari

2009, pasien yang dirawat di ruang ini hanya berjumlah 30 orang. Pada bulan Februari 2009 jumlah pasien meningkat menjadi 78 orang dan kemudian relatif stabil di bulan Maret 2009 dengan jumlah pasien 76 orang. Pasien biasanya ingin dirawat di Ruang Langlangbuana karena mengharapkan pelayanan yang terbaik dari pihak RSBSA Bandung.

Utama dalam Fadilla (2008: 8) mengemukakan, kualitas pelayanan kesehatan seperti di RS memiliki dimensi dan indikator yang dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan kesehatan. Untuk mengatasi perbedaan tersebut sebaiknya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan. Mutu pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan dan memenuhi kebutuhan serta tuntutan pemakai jasa layanan kesehatan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan mutu pelayanan kesehatan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap pasien.

“RS bukan hanya sekedar sebuah tempat, tetapi juga merupakan sebuah fasilitas, institusi, dan organisasi” (Aditama, 2003: 4). Sujudi dalam Aditama (2003) mengemukakan, sistem pelayanan rumah sakit yang berjalan selama ini harus ditinjau kembali untuk mengantisipasi persaingan. RS tidak dapat lagi dikelola dengan manajemen sederhana, tetapi harus mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Konsumen dewasa ini ingin membeli produk yang mencerminkan gaya hidup mereka, membuat mereka merasa lebih baik tentang siapakah sebenarnya mereka (Raymond, 2003: 9).

Harus disadari bahwa tujuan utama kegiatan di RS adalah melayani pasien dan keluarganya dalam berbagai bentuk pelayanan (Aditama, 2003: 4). Hal ini tentu memacu para penyelenggara pelayanan kesehatan, termasuk RS, untuk terus berupaya meningkatkan mutu pelayanan yang diberikan. John Naisbitt dan Patricia Aburdene dalam Aditama (2003: 10-11) mengemukakan, semboyan 'pelanggan adalah raja' kini sudah benar-benar diwujudkan. Saat ini adalah masa 'keunggulan konsumen' di dunia, dan semua institusi harus berorientasi pada kepuasan pelanggan, termasuk institusi kesehatan.

Aditama (2003: 11) mengemukakan, RS sesungguhnya mengemban tugas yang berat. Di satu sisi, RS dituntut untuk dapat memberikan pelayanan bermutu yang dapat memuaskan konsumennya. Selain itu, tugas sebagai institusi yang berperan penting dalam pelayanan kesehatan masyarakat merupakan salah satu misi yang harus pula dijalankan oleh RS. Di sisi lain, perubahan kecenderungan dari institusi yang sepenuhnya sosial menjadi sosio-ekonomis juga merupakan kenyataan yang harus dihadapi oleh pihak RS.

Salah satu institusi yang memasarkan jasa kepada konsumen adalah institusi pelayanan kesehatan, dalam hal ini adalah RS. Hal ini menimbulkan persaingan antar penyedia pelayanan kesehatan, tidak terkecuali RS. Dengan adanya persaingan antar RS yang semakin tinggi disertai dengan banyaknya pembangunan RS baru, maka RS perlu terus mengembangkan diri dengan menyelenggarakan pelayanan yang bermutu dan memberi kepuasan terhadap konsumen. Kunci pemasaran profesional adalah memahami kebutuhan riil

pelanggan dan memenuhinya dengan lebih baik daripada yang dilakukan oleh para pesaingnya (Tandya, 2009).

Penelitian ini perlu dilakukan untuk memperoleh informasi bagi manajemen RSBSA Bandung yang berupa gambaran umum mengenai kualitas pelayanan keperawatan yang selama ini dirasakan oleh pengguna jasa, gambaran umum kepuasan pengguna jasa dalam hal ini adalah pasien rawat inap, serta hubungan antara kualitas pelayanan keperawatan yang diberikan dengan kepuasan pasien rawat inap di RS yang bersangkutan. Informasi tersebut sangat berguna untuk mempertahankan pasien dan bahkan untuk menyiapkan strategi-strategi tertentu dalam meningkatkan pelayanan keperawatan yang diberikan kepada pasien.

B. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana gambaran umum persepsi tentang kualitas pelayanan keperawatan di RSBSA Bandung?
2. Bagaimana gambaran umum tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pasien rawat inap di RSBSA Bandung?
3. Apakah terdapat hubungan antara persepsi tentang kualitas pelayanan keperawatan dengan kepuasan pasien rawat inap di RSBSA Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memperoleh gambaran empirik mengenai hal-hal sebagai berikut.

1. Gambaran umum persepsi tentang kualitas pelayanan keperawatan di RSBSA Bandung.
2. Gambaran umum tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pasien rawat inap di RSBSA Bandung.
3. Mengetahui apakah terdapat hubungan antara persepsi tentang kualitas pelayanan keperawatan dengan kepuasan pasien rawat inap di RSBSA Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, baik secara teoretis maupun secara praktis sebagai berikut.

1. Secara teoretis, penelitian ini dapat memberikan pengembangan ilmu teori organisasi dan perilaku konsumen terutama mengenai kualitas pelayanan yang berhubungan langsung dengan kepuasan pengguna jasa dalam *medical setting*, dalam hal ini pasien.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi manajemen RSBSA Bandung dalam memahami persepsi tentang kualitas pelayanan keperawatan dan kepuasan pasien.

E. Asumsi

Asumsi-asumsi dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Konsumen membandingkan kinerja layanan pada atribut-atribut relevan dengan standar ideal untuk masing-masing atribut layanan (Tjiptono, 2008: 120).
2. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2006: 60).

F. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H_0 : Tidak terdapat hubungan antara persepsi tentang kualitas pelayanan keperawatan dengan kepuasan pasien rawat inap di RSBSA Bandung.
- H_A : Terdapat hubungan antara persepsi tentang kualitas pelayanan keperawatan dengan kepuasan pasien rawat inap di RSBSA Bandung.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan korelasional. “Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang” (Nazir, 2005: 54). Sementara itu, Sugiyono (2008: 29) mengemukakan, “statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum”.

Pendekatan korelasional digunakan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel atau lebih, yakni sejauh mana variasi dalam satu variabel berhubungan dengan variasi dalam variabel lain. Korelasi dapat menguji suatu hipotesis mengenai hubungan antar variabel atau untuk menyatakan besar kecilnya hubungan antar variabel (Afiqi, 2009: 2).

H. Lokasi dan Sampel Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Ruang Langlangbuana Rumah Sakit Bhayangkara Sartika Asih (RSBSA) Bandung yang beralamat di Jl. Moch. Toha No. 369, Bandung. Sampel dari penelitian ini adalah sejumlah pasien rawat inap di Ruang Langlangbuana yang telah selesai melakukan perawatan di RSBSA Bandung. Sampel yang akan dilibatkan dalam penelitian ini berjumlah 30 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penarikan

sampel adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008: 68). Adapun pertimbangan tersebut adalah pertimbangan yang berkaitan dengan penelitian yang merupakan kriteria-kriteria pasien yang dapat dijadikan sampel penelitian. Berikut ini adalah kriteria-kriteria yang harus dimiliki oleh pasien sehingga pasien dapat dijadikan sampel penelitian:

1. Pasien dewasa (bukan anak-anak) tetapi tidak lanjut usia dengan batasan umur antara 15-65 tahun.
2. Jenis kelamin dan status sosial ekonomi tidak dipermasalahkan.
3. Pasien yang telah menjalani rawat inap minimal 3 hari dan maksimal menjelang pulang.
4. Pasien dalam kondisi sadar dan mampu diajak berkomunikasi.
5. Pasien mampu membaca dan menulis.