

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan nasional merupakan suatu rangkaian usaha pembangunan yang berkesinambungan yang meliputi seluruh bidang kehidupan masyarakat dan negara dalam rangka mewujudkan tujuan yang hendak dicapai secara menyeluruh (Budi Supriyanto, 59: 2009). Adapun yang menjadi salah satu bidang dalam pembangunan adalah bidang kesehatan. Tujuan pembangunan dalam bidang kesehatan adalah untuk meningkatkan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar terwujud derajat kesehatan masyarakat yang optimal.

Dalam rangka mewujudkan status kesehatan masyarakat yang optimal, maka berbagai upaya harus dilaksanakan oleh pemerintah, salah satu di antaranya ialah menyelenggarakan pelayanan kesehatan. Salah satu pelayanan kesehatan yang mempunyai peran sangat penting dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat adalah rumah sakit. Rumah sakit merupakan lembaga dalam mata rantai Sistem Kesehatan Nasional. Rumah sakit mengemban tugas untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada seluruh masyarakat, karenanya pembangunan dan penyelenggaraan kesehatan di rumah sakit perlu diarahkan pada tujuan nasional dibidang kesehatan. Dilihat dari aspek ini, peluang

pengembangan Rumah Sakit di Indonesia cukup besar, karena di Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk cukup besar, Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk yang membutuhkan kesehatan yang sangat penting. Perkembangan Rumah Sakit demikian cepatnya tentu sangat membutuhkan paramedis dengan kompetensi dalam bidang kesehatan agar perkembangan tersebut dapat dilakukan secara efektif dan optimal, maka sumber daya insane terutama para petugas pemasaran yang merupakan pelaku yang paling utama dalam oprasional Rumah Sakit, yang perlu diperhatikan dalam memahami dengan benar konsep Rumah Sakit. Hingga keberadaan Rumah Sakit saat ini diindonesia semakin berkembang. Khususnya Kota Bandar Lampung tercatat pada tahun 2011 telah terdapat 12 Rumah Sakit yang telah berkembang. Berikut ini daftar rumah sakit pada tahun 2011 di Bandar Lampung.

Tabel 1. Daftar Rumah Sakit di Bandar Lampung

RS.Graha Husada	Jl.Gajah Mada No. GH 6 B.L
RS. Advent Bandar Lampung	Jl.Teuku Umar No. 48 B.Lampung
RS. Bumi Waras	Jl.Wolter Monginsidi No. 235 B.Lampung
RSUD. Dr.H. Abdul Moeloek	Jl.Dr. Rivai No. 6 B.Lampung
RS. Urip Sumoharjo	Jl.Urip Sumoharjo No. 200 B.Lampung
RS DKT	JL Dr Rivai no 7 B.Lampung
RS Imanuel W Halim	JL Sukarno Hatta B Lampung
RS. Mata Permana Sari	Jl.HOS Cokroaminoto No. 87 B.Lampung
RB Materna	JL.Teuku Umar No 50 B.Lampung
Klinik Paru Pernapasan Medina	JL.Khairul Anwar No. 64/21 B.Lampung
RS Bayangkara	JL Pramuka B Lampung
RS Jiwa Propinsi Lampung	JL Raya Gedong Tataan KM 13

Sumber: DINKES Bandar Lampung 2011

Saat ini setiap Rumah Sakit menghadapi lingkungan bisnis yang sangat kompetitif dan bertahan atau eksis. Salah satu upaya menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat dilakukan oleh Rumah Sakit adalah dengan mengembangkan pelayanan dengan baik. Pelayanan pelanggan bukan sekedar keunggulan kompetitif, pada banyak industri pelayanan pelanggan adalah ujung tombak yang membuat satu industri bisa bertahan dalam dunia persaingan yang semakin ketat. Salah satu pelayanan kesehatan yang mempunyai peran sangat penting dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat adalah Rumah Sakit. Rumah sakit merupakan lembaga mata rantai Sistem Kesehatan Nasional. Rumah sakit mengemban tugas untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada seluruh masyarakat, karenanya pembangunan dan penyelenggaraan kesehatan di rumah sakit diarahkan pada tujuan nasional kesehatan. Kualitas pelayanan yang harus diutamakan melalui lima pokok dimensi kualitas pelayanan menurut Zeithaml, et. al (1990: 56) terdapat lima pokok dimensi utama kualitas jasa yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya, yaitu bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*emphaty*).

Dari penilaian lima dimensi kualitas pelayanan di atas dapat mewakili jasa yang telah disampaikan, sehingga dapat diukur persepsi dari pasien mengenai kualitas pelayanan jasa dari rumah sakit Graha Husada. Dalam bidang jasa, penilaian kualitas layanan merupakan parameter sejauh mana persepsi pasar terhadap jasa yang telah disampaikan kepada konsumen. Sehingga terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa antara lain jasa yang menjadi tingkat kepentingan (*importance service*) dan kinerja yang dipersepsikan (*performance service*) yang

diterima oleh pelanggan dengan konsekuensi sebuah layanan akan dinilai tidak sesuai dengan harapan, sama dengan harapan atau bahkan melampaui harapan.

Kualitas jasa/pelayanan yang diterima konsumen (*perceived value quality*) diartikan oleh Zeithmal, et al (1990: 19) sebagai perbedaan antara nilai harapan atau keinginan konsumen (*expected value*) dengan nilai kenyataan yang mereka terima (*perceived value*).

Hubungan antara *expected value* dengan *perceived value* dapat berpotensi menimbulkan kesenjangan (*Gap*), yaitu:

- a. *Customer Gap*: Kesenjangan antara kualitas pelayanan yang diharapkan dengan yang dirasakan konsumen.
- b. *Gap 1*: Kemampuan penyedia jasa dalam memahami kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen.
- c. *Gap 2*: Kemampuan penyedia jasa dalam merancang bentuk dan standar pelayanan.
- d. *Gap 3*: Kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
- e. *Gap 4*: Kesesuaian pelayanan dengan yang dijanjikan.

Dengan melakukan analisis dan melakukan perbaikan-perbaikan pada area yang masih terdapat kesenjangan maka kualitas pelayanan dapat ditingkatkan sehingga hasilnya tercermin dari kepuasan konsumen.

Rumah Sakit Graha Husada sebagai salah satu rumah sakit swasta di Bandar Lampung merasakan adanya tingkat persaingan yang semakin ketat dengan rumah sakit lainnya. Persaingan yang akan terjadi bukan saja dari sisi teknologi peralatan kesehatan saja, namun juga persaingan dalam memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas. Kualitas pelayanan kesehatan rumah sakit tercermin sebagai pelayanan jasa kesehatan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan konsumen

sebagai pemakai jasa layanan rumah sakit demi memenuhi kepuasan pasien yang dapat meningkatkan jumlah pasien.

Berikut adalah data pasien per bulan pada tahun 2011 dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Pasien Rumah Sakit Graha Husada Periode Tahun 2011

Bulan	Rawat inap	Growth/tingkat pertumbuhan
Januari	1174	0
Februari	1116	-0,0494
Maret	1252	0,1218
April	1212	-0,0319
Mei	1184	-0,0231
Juni	1185	0,0008
Juli	1173	-0,0101
Agustus	1191	0,0153
September	1242	0,0428
Oktober	1296	0,0434
November	1242	-0,0416
Desember	1257	0,0120
Jumlah	14524	
Mean	1210,33	

Sumber: Laporan Tahunan Rumah Sakit Graha Husada Tahun 2011

Data pada tabel 2 memperlihatkan jumlah pasien rawat inap dan rawat jalan rumah sakit Graha Husada setiap bulannya pada tahun 2011. Dalam setahun, rata-rata (*mean*) jumlah pasien sebesar 1210,33, dengan tingkat pertumbuhan mengalami penurunan pada bulan Februari yaitu -0,0494, selanjutnya mengalami kenaikan pertumbuhan terbesar pada bulan Maret yaitu 0,1218. Kemudian pada bulan berikutnya mengalami penurunan dan peningkatan yang dapat dilihat pada tabel 1 bahwa jumlah pasien rumah sakit Graha Husada perbulannya mengalami pasang surut. Oleh karena itu pentingnya menganalisis kualitas pelayanan guna memperbaiki mutu dari pelayanan perusahaan ke depannya.

Sebagai lembaga kesehatan yang bermisi meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, Rumah Sakit Graha Husada ini telah berperan dalam memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Oleh karena itulah rumah sakit dituntut lebih keras lagi berusaha dan meningkatkan profesionalisme sumber daya manusia dan peningkatan kualitas manajemen rumah sakit dalam bekerja, khususnya dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada para pasiennya. Adanya bentuk pelayanan kesehatan yang diberikan oleh rumah sakit ini diharapkan pasien akan dapat memberikan penilaian tersendiri terhadap rumah sakit. Pelayanan yang berkualitas harus dijaga dengan melakukan pengukuran secara terus menerus, agar diketahui kelemahan dan kekurangan dari jasa pelayanan yang diberikan, dan dibuat lanjut sesuai prioritas permasalahannya.

Jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dikehendaki, maka pasien akan puas, jika yang terjadi sebaliknya maka akan menyebabkan kehilangan minat pasien untuk berobat dan ini akan menyebabkan pasien mempunyai *image* negatif terhadap rumah sakit tersebut. Apabila hal ini terjadi akan mengakibatkan menurunnya jumlah pasien dan pada akhirnya akan menyebabkan pengurangan keuntungan. Apalagi banyaknya rumah sakit yang ada di Bandar Lampung, menyebabkan Rumah sakit Graha Husada punya strategi pemasaran yang tepat. Dalam lingkungan global yang semakin ketat dengan masuknya pelayanan yang inovatif di pasaran disatu sisi dan kondisi pasar yang jenuh untuk pelayanan-pelayanan yang monoton disisi lain, dalam mengelola loyalitas pasien menjadi tantangan manajerial rumah sakit.

Dalam upaya mempertahankan pelanggan, pihak rumah sakit dituntut selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan memperhatikan secara cermat kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan harapan atas pelayanan yang diberikan. Konsumen rumah sakit dalam hal ini pasien mengharapkan pelayan rumah sakit, bukan saja mengharapkan pelayanan medik dan perawatan tetapi juga mengharapkan kenyamanan akomodasi yang baik dan hubungan harmonis antara staf rumah sakit dengan pasien. Dengan demikian perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan kesehatan rumah sakit.

Indikasi kualitas pelayanan kesehatan di rumah sakit dapat tercermin dari persepsi pasien atas pelayanan kesehatan yang telah diterimanya. Persepsi pasien/pelanggan tentang kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa atau pelayanan Tjiptono (2004: 145). Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, dengan kata lain persepsi merupakan kesan seseorang terhadap objek tertentu yang didapat melalui panca inderanya. Persepsi diawali dengan adanya stimuli. Faktor stimulus merupakan karakteristik fisik stimulus itu sendiri. Sejumlah karakteristik stimulus cenderung menarik perhatian bebas dari karakteristik individu atau situasional.

Adapun menurut Philip Kotler (2005: 70), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan

pelanggan amat puas atau senang. Penelitian ini untuk mengetahui persepsi penilaian pasien/konsumen (pelanggan) tentang kualitas pelayanan yang dirasakannya. Hal ini penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan agar dapat memberikan layanan yang optimal. Kualitas pelayanan memiliki ruang lingkup persepsi konsumen atas pelayanan yang diterima oleh pasien Rumah Sakit Graha Husada Bandar Lampung, sehingga sangat penting untuk menilai persepsi konsumen atas pelayanan yang mereka terima karena hal itu akan menginformasikan tanggapan terhadap kualitas keseluruhan yang berguna dalam mengevaluasi dan menyusun strategi dalam membina hubungan dengan konsumen. Hubungan jangka panjang adalah salah satu prioritas yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempertahankan dan mengembangkan pasar.

Berdasarkan data dan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai persepsi kualitas pelayanan, karena penilaian kualitas pelayanan sangat penting untuk mengevaluasi sebuah kualitas produk atau jasa yang telah disampaikan kepada konsumen.

Maka peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul **“Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Layanan Jasa Rumah Sakit Graha Husada Bandar Lampung”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti oleh penulis adalah untuk mengetahui Bagaimana persepsi konsumen tentang kualitas layanan jasa Rumah Sakit Graha Husada Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui persepsi pasien/pelanggan ditinjau dari variabel kualitas pelayanan jasa pada rumah sakit Graha Husada.

D. Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji teori-teori di bidang operasional ke dalam dunia praktek yang sebenarnya, digunakan sebagai bahan referensi dan informasi nantinya dalam mengadakan penelitian pada keilmuan pemasaran bagi peneliti selanjutnya.

2. Aspek Praktis

Bagi Rumah Sakit Graha Husada Bandar Lampung diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan positif berkaitan dibidang operasional bagi manajemen Rumah Sakit Graha Husada dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang bersifat berwawasan dan berkelanjutan diberikan untuk memenuhi kepuasan pasien yang lebih baik di masa yang akan datang.