

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pelayanan publik pada dasarnya menyangkut aspek kehidupan yang sangat luas. Dalam kehidupan bernegara, maka pemerintah memiliki fungsi memberikan berbagai pelayanan publik yang di perlukan oleh masyarakat, mulai dari pelayanan dalam bentuk pengaturan atau pun pelayanan-pelayanan lain dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang pendidikan, kesehatan, utilitas, dan lainnya.

Rumah sakit sebagai salah satu sarana kesehatan untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat dan memiliki peran yang sangat penting dalam mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Hal ini menuntut penyedia jasa pelayanan kesehatan yakni rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik, tidak hanya pelayanan yang bersifat penyembuhan penyakit tetapi juga mencakup pelayanan yang bersifat pencegahan. Oleh karena itu, rumah sakit harus memberikan pelayanan yang berfokus pada kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting untuk diperhatikan oleh semua pengusaha, karena kepuasan berkaitan dengan nilai keberhasilan produk dan pelayanan (Rahim, 2013). Menurut Tjiptono (2014:353) kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu "*satis*" yang berarti

cukup baik atau memadai dan “*facio*” berarti melakukan atau membuat. Menurut Kotler (2014), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk atau jasa tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk atau jasa tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas.

Kepuasan konsumen tersebut dapat terbentuk melalui kualitas pelayanan yang dinilai secara visual oleh konsumen (fisik), dapat pula berupa keberhasilan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen, fungsi, dan nilai yang diharapkan oleh konsumen (keandalan), kesigapan karyawan dalam pemberian layanan (tanggap), adanya jaminan bahwa informasi yang diberikan pada saat pelayanan adalah benar (jaminan), serta adanya keinginan membantu yang timbul ketika konsumen merasa kesulitan baik dalam memutuskan pembelian maupun ketika konsumen kesulitan dalam hal lainnya menyangkut produk (empati).

Kualitas pelayanan ini dapat berdampak pada rasa nyaman, aman, dan keinginan konsumen untuk tidak berpindah yang mana kualitas ini juga harus diimbangi dengan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan. Baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan pegawai dalam memenuhi standar pelayanan dan mengevaluasi

layanan yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik adalah kualitas yang bisa membuat konsumen merasa nyaman, bila konsumen merasa tidak nyaman, pelayanan yang diberikan tidak sesuai keinginan konsumen, dan bahkan membuat konsumen merasa kecewa maka berpengaruh pada keputusan pembelian.

Kualitas layanan merupakan konsep dari kerangka strategi pemasaran dengan fokus pemikiran bahwa pelanggan memiliki harapan dan perusahaan berupaya dalam mengimbangi harapan tersebut dengan mewujudkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Tefera dan Govender, 2017). Menurut Putra (2014) kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu *tangibles* (merupakan bukti langsung yang dapat secara langsung dinilai melalui visual atau tampilan dari fasilitas fisik), *reliability* (merupakan dimensi kesamaan atau sesuai tidaknya pelayanan yang diberikan terhadap apa yang dijanjikan kepada pelanggan baik dengan pemberian informasi yang sesuai hingga bentuk pelayanan yang handal), *responsiveness* (merupakan bentuk kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen), *assurance* (merupakan dimensi yang dapat memberikan jaminan atau rasa aman kepada konsumen sehingga akan menumbuhkan rasa percaya terhadap perusahaan), dan *empathy* (merupakan dimensi kesediaan perusahaan untuk memperhatikan kebutuhan konsumen dan kesediaan dalam memberi kemudahan atau bantuan ketika konsumen mengalami permasalahan baik sebelum maupun setelah mengkonsumsi produk yang ditawarkan perusahaan).

Kepuasan pelanggan juga dapat ditingkatkan melalui fasilitas. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen dalam penyampaian (Tjiptono, 2015). Fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran yang memiliki peran cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaian (Nirwana, 2014).

Fasilitas akan digunakan oleh konsumen sebagai tolak ukur atas kualitas pelayanan yang diterimanya semakin baik ketersediaan fasilitas yang ada maka akan meningkatkan persepsi konsumen terkait pelayanan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Fasilitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menyediakan perlengkapan fisik untuk membantu konsumen untuk lebih mudah melaksanakan aktivitasnya dalam mengkonsumsi atau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga konsumen memersepsikan fasilitas tersebut sebagai faktor penting untuk memenuhi kebutuhannya selama menggunakan jasa yang disediakan perusahaan (Sulistiyono, dalam Budiyanto, 2014).

Kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh tersedianya fasilitas pelayanan dan kualitas pelayanan saja, namun juga faktor komunikasi. Menurut Handoko (2016), komunikasi adalah sebuah kegiatan penyampaian pesan maupun informasi dari satu orang ke orang lainnya. Komunikasi adalah sebuah syarat dalam kemajuan sebuah perusahaan atau organisasi karena dalam komunikasi mampu menyalurkan

informasi dan ide dari satu orang ke orang lainnya maupun ke banyak orang. Sedangkan menurut Amirullah (2015), komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dan pengertian dari satu orang ke orang lain komunikasi tatap muka dan komunikasi telepon.

Komunikasi merupakan faktor kepuasan konsumen paling terakhir dan paling penting. Sebab komunikasi merupakan cara bagaimana pegawai dalam menanggapi keluhan-keluhan konsumen dengan cepat dan baik. Komunikasi merupakan sebuah proses pemindahan atau penyampaian dalam bentuk informasi maupun gagasan dari seseorang ke orang yang lain (Handoko, 2013). Sebagai contoh di lingkungan rumah sakit, komunikasi yang dibangun antara perawat dengan pasien dapat menimbulkan rasa saling percaya sehingga pasien merasa puas dengan segala tindakan medis yang dilakukan oleh perawat. Apabila komunikasi yang dibangun buruk, pasien akan kecewa dan merasa tidak nyaman dengan perawat sehingga proses kesembuhan yang ia lalui juga akan semakin lama (Moison, *et al*, 2000) dalam Haryati (2015).

RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik merupakan salah satu pelayanan publik yang bergerak di bidang kesehatan. RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik adalah rumah sakit Fasilitas Kesehatan Tingkat Lanjutan Tipe B, dan sekaligus rumah sakit pendidikan. Sebagai rumah sakit fasilitas kesehatan tingkat lanjut, RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik menjadi tempat rujukan pasien BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Kesehatan dari berbagai puskesmas di wilayah Kota Gresik,

Lamongan, Tuban, Bojonegoro, dan sekitarnya. Tidak hanya pasien BPJS Kesehatan saja, pasien dengan jaminan asuransi lain seperti BPJS Ketenagakerjaan, Admedika, *Inhealth*, Jasa Raharja dan sebagainya. Sebagai rumah sakit pendidikan artinya RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik menjadi tempat penelitian bagi para perawat, dokter muda, mahasiswa dari berbagai universitas dan studi banding antar rumah sakit.

RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik banyak mendapatkan kritik dari pasien yang terkait dengan permasalahan kualitas pelayanan, fasilitas pelayanan dan komunikasi. Pasien sebagai konsumen atau pelanggan mengatakan bahwa pelayanan di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik lama, terjadi antrean yang panjang, pemberian motivasi kepada pasien yang kurang ramah, pasien menunggu lama saat diperiksa oleh dokter, kurangnya fasilitas yang berhubungan dengan teknologi informatika seperti pembayaran yang hanya bisa dilakukan dengan pembayaran tunai saja, ruang tunggu yang kurang memadai, kamar mandi yang kurang bersih serta pendaftaran yang tidak bisa dilakukan via telepon genggam, kurangnya pelatihan yang diberikan kepada karyawan sehingga tenaga medis dianggap tidak kompeten.

Setelah adanya kritikan tersebut seluruh *stakeholder* RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik yang meliputi jajaran Direksi, Kepala Ruangan, Kepala Bagian beserta Kepala Sub Bidang, Tenaga Kesehatan sampai petugas kebersihan dituntut memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pasien dengan kualitas pelayanan yang baik sehingga mutu dan

citra rumah sakit tetap terjaga. Hal ini sesuai dengan motto RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik, yaitu **“Kepuasan Anda Prioritas Kami”**. Untuk itu, setiap hari karyawan RSUD Ibnu Sina memberikan pelayanan yang memuaskan dengan datang tepat waktu sehingga antrian pasien dapat teratasi dengan baik, memberikan motivasi kepada pasien dengan ramah, memberikan fasilitas yang nyaman, memiliki sistem yang mempermudah pasien dalam mendaftar melalui aplikasi yang dapat di unduh pada telepon genggam.

Pelayanan yang optimal juga diberikan kepada pasien dengan program *Home Care*, dimana pasien mendapatkan pelayanan kesehatan dengan mendatangkan perawat ke rumah pasien seperti memberikan tindakan terapi wicara bagi pasien yang menderita penyakit *stroke*. Untuk menjaga kebersihan, seluruh karyawan dan petugas kebersihan juga mendapatkan pelatihan *Hand Hygiene*, dimana setiap karyawan diharuskan mencuci tangan baik sebelum dan sesudah beraktivitas dan melakukan tindakan kepada pasien. Selain itu, seluruh karyawan di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik memiliki seperti sertifikat pelatihan salah satunya BLS (*Basic Life Support*) sehingga apabila terdapat pasien yang memerlukan pertolongan darurat dapat segera tertolong. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Pasien RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pasien di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik?
2. Apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pasien di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik?
3. Apakah komunikasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pasien di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas pelayanan, dan komunikasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pasien di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas, maka peneliti membatasi penelitian ini dengan hanya berfokus pada kajian menganalisa bagaimana pengaruh variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan komunikasi terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik. sehingga akan memudahkan penelitian dalam pelaksanaan penelitian ke depannya.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pasien di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas secara parsial terhadap kepuasan pasien di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi secara parsial terhadap kepuasan pasien di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas pelayanan, dan komunikasi secara simultan terhadap kepuasan pasien di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Teoritis / Akademis

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan referensi untuk penelitian sejenis, serta diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.

1.5.2 Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas, dan komunikasi dengan pasien agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.