

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

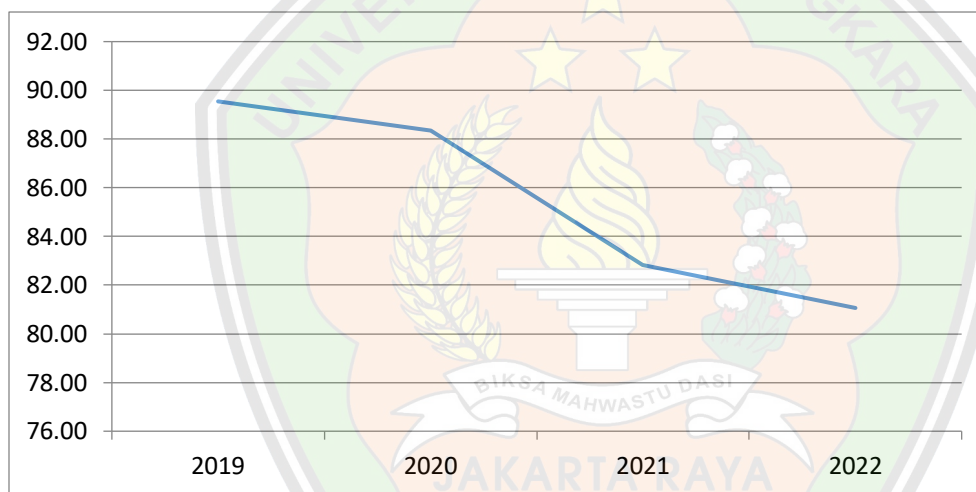
Kesehatan merupakan hak asasi manusia dan juga merupakan salah satu unsur kesejahteraan yang harus diwujudkan sebagaimana yang tertuang dalam Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pembangunan kesehatan merupakan cita-cita bangsa Indonesia yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar terwujud derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya, dengan tujuan sebagai investasi bagi pembangunan sumber daya manusia yang produktif secara sosial dan ekonomis.

Rumah Sakit Umum Daerah sebagai rumah sakit milik pemerintah yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan dengan mengutamakan upaya penyembuhan, pemulihan, peningkatan, pencegahan, pelayanan rujukan, dan menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan, penelitian dan pengembangan serta pengabdian masyarakat. RSUD sebagai salah satu instalasi yang mempunyai fungsi memberikan pelayanan kesehatan tentunya harus sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

Untuk mewujudkan sistem manajemen rumah sakit pemerintah yang baik, maka pendekatan-pendekatan manajemen yang baik dan terukur dapat menjadi solusi. Di tengah ketatnya persaingan dengan rumah sakit swasta, RSUD Kota Bekasi sebagai salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitasnya, sebab keberhasilan sebuah instansi penyedia jasa tidak terlepas dengan hubungan yang baik kepada pelanggannya, dalam hal ini adalah pasien. Loyalitas pasien memiliki peranan penting dalam berlangsungnya

operasional suatu Rumah Sakit. Loyalitas pasien dirumuskan guna mencapai angka kunjungan kembali yang berdampak terhadap profitabilitas dan kestabilan Rumah Sakit.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan apakah sudah sesuai dengan harapan pasien atau belum, RSUD dr.Chasbullah Abdulmadjid Kota Bekasi memiliki divisi PPID yaitu Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi sebagai pejabat yang bertanggung jawab di bidang penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan dan/ atau pelayanan informasi di badan publik. PPID secara konsisten memberikan layanan Survey Kepuasan Pelayanan Informasi Publik pada halaman website <https://www.rsudkotabekasi.net/> melalui menu Survey PPID dan menghasilkan Indeks Kepuasan Masyarakat sebagai berikut.



**Gambar 1.1** Grafik Rekapitulasi Perbandingan Indeks Kepuasan Pasien Tahun 2019-2022 (Sumber: Data RSUD Kota Bekasi)

Grafik survey kepuasan masyarakat yang menurun dari tahun 2019-2022 menunjukkan bahwa perlunya tindak lanjut yang harus dilakukan agar dapat meningkatkan kepuasan pasien, di antaranya dalam segi kualitas pelayanan, fasilitas dan strategi digital marketing RSUD Kota Bekasi.

*“Service quality has been conceptualized as the difference between customer expectations regarding a service to be received and perceptions of the service being received”*, Gronroos dalam (Ambartiasari, et al, 2017) yang dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan telah

dikonseptualisasikan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan mengenai layanan yang akan diterima dan persepsi layanan yang diterima.

Kualitas pelayanan yang baik diciptakan sesuai dengan harapan pengguna sehingga terwujudnya kepuasan terhadap pengguna layanan dengan harapan meningkatkan loyalitas. Pihak RSUD Kota Bekasi perlu secara cermat menentukan kebutuhan pasien, sebagai upaya untuk memenuhi harapan dan meningkatkan kepuasan pasien atas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan sendiri harus dimulai dari kebutuhan pelanggan (dalam hal ini pasien) dan berakhir pada persepsi atau penilaian pasien. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan di RSUD Kota Bekasi merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan jasa pelayanan kesehatan. Kualitas pelayanan dibentuk oleh perbandingan antara ideal dan persepsi dari kinerja dimensi kualitas. Adapun kualitas jasa pelayanan kesehatan yang ideal ditentukan oleh pasien sehingga kepuasan pasien dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Kepuasan pasien dalam segi kualitas pelayanan ditandai dengan penilaian yang tinggi terhadap pengalaman pasien selama di rumah sakit melalui indikator; 1) Dokter yang bertugas bersikap ramah terhadap pasien, 2) Dokter cepat tanggap terhadap keluhan pasien, 3) Dokter mengerti kondisi kesehatan pasien, 4) Dokter berkemampuan mengdiagnosa penyakit pasien, 5) Dokter serius dalam berkomunikasi dengan pasien, 6) Tenaga medis berpengalaman melayani pasien, 7) Tenaga Admin pendaftaran melaksanakan tugas dengan baik, 8) Tenaga medis memberikan pelayanan dengan baik, 9) Tenaga Admin memberikan pelayanan tepat waktu, dan 10) Tenaga Medis memberikan pelayanan secara cepat.

Definisi fasilitas sebagai segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang disediakan oleh pihak penyedia jasa maupun produk dengan upaya agar dapat digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati oleh pelanggan. Fasilitas diwujudkan dalam bentuk benda yang diciptakan sedemikian rupa dengan tujuan memberikan nilai tambah terhadap suatu produk atau jasa menjadi lebih menarik. Fasilitas di RSUD Kota Bekasi yang ditampilkan pada laman website <http://www.rsudkotabekasi.net/> meliputi; 1) Instalasi Diklat Litbang, 2) Instalasi Gawat Darurat, 3) Jadwal Dokter, 4) Komite Etik Penelitian Kesehatan, 5) Layanan Unggulan, 6) Layanan Penunjang yaitu Laboratorium Klinik, Hemodialisa, Perinatologi, Radiologi dan Farmasi, 7) Fasilitas Rawat Jalan yaitu Pelayanan Medis Spesialis dan Sub Spesialis, 8) Fasilitas Rawat Inap, 9) Sarana Ibadah, dan 10) Tempat Parkir. (Kotler 2020)

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha, yaitu dapat berupa benda maupun uang. Tersedianya fasilitas yang lengkap di RSUD Kota Bekasi bertujuan agar dapat mencapai tingkat kepuasan pasien dengan harapan agar pasien dapat kembali memilih RSUD Kota Bekasi ketika membutuhkan layanan kesehatan. (Subroto, 2018).

Kepuasan pasien dalam segi fasilitas ditandai dengan penilaian yang tinggi terhadap pengalaman pasien menggunakan fasilitas rumah sakit yang disimpulkan melalui indikator; 1) RSUD memiliki peralatan medis yang lengkap, 2) Ruang tunggu yang disediakan nyaman dan representatif, 3) Toilet yang disediakan bersih dan nyaman, 4) Papan petunjuk sudah jelas alurnya, 5) Penerangan di dalam ruangan sudah cukup baik, 6) Sarana dan prasarana sudah cukup memadai, 7) Kantin yang tersedia sudah sesuai harapan, 8) Lokasi Rumah sakit mudah terjangkau, 9) Sarana parkir sudah memadai, dan 10) Area Rumah Sakit berada dipusat keramaian.

Teknologi yang berkembang begitu pesat pada era ini memberi kesempatan kepada seluruh lini bisnis untuk memperluas lingkup pemasaran produk atau jasanya dengan menggunakan teknologi yang dapat menjangkau pelanggannya secara interaktif. Pasien dapat mengunjungi website atau media sosial RSUD Kota Bekasi untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya dan menentukan pilihan waktu berkunjung. Pemasaran digital (*digital marketing*) dalam hal ini dapat diartikan sebagai pemanfaatan dari semua fasilitas digital guna memudahkan proses pemasaran dan memfasilitasi interaksi dengan pelanggan agar menciptakan loyalitas pelanggan. Pemasaran digital menggunakan internet sebagai media pemasaran untuk menjangkau pelanggannya secara langsung. (Aryanto dan Wismantoro, 2020).

Definisi Strategi pemasaran digital sebagai strategi promosi yang memanfaatkan teknologi digital untuk mengajak pelanggan untuk aktif dan terlibat secara langsung. (Wicaksana, 2021)

Strategi promosi di media sosial atau yang saat ini dikenal dengan pemasaran digital juga menjadi salah satu edukasi bagi pasien agar dapat mendapatkan informasi terkait RSUD Kota Bekasi. Dengan adanya informasi yang mudah diakses dapat memudahkan pasien menentukan waktu yang tepat untuk konsultasi atau menjalankan *treatment* berdasarkan jadwal dokter yang diunggah di media sosial, sehingga pasien tidak perlu menunggu seharian penuh di rumah sakit karena keterbatasan informasi. Memahami kebutuhan dan keinginan pasien adalah hal penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien yang puas dan loyal merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien merasa puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya (loyal). Begitupun sebaliknya, jika pasien merasa tidak puas maka mereka akan membagikan pengalamannya kepada orang lain dan menggiring opini dengan memberikan citra yang buruk. Untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pasien, rumah sakit harus



menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pasien yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pasiennya.

Pada setiap tahunnya, rata-rata pengguna internet di dunia mengalami kenaikan sekitar 7%, sementara pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 20% per tahun (Muljono, 2019). Kondisi tersebut merupakan peluang bagi seluruh lini bisnis untuk menjadikan pemasaran digital sebagai strategi dalam memasarkan produk maupun jasanya.

Strategi pemasaran digital saat ini berperan penting dalam memperkenalkan sebuah produk dan menjangkau pelanggan secara langsung. Strategi pemasaran digital berpotensi besar dalam meningkatkan preferensi pelanggan dalam membeli suatu produk, terutama di kalangan anak muda yang cenderung mudah beradaptasi dengan produk digital. Adanya pemasaran digital yang dikelola oleh RSUD Kota Bekasi berupaya untuk memudahkan pasien mengetahui jadwal dokter, fasilitas pemeriksaan yang dimiliki, serta informasi penting lainnya yang dapat diakses dari rumah terlebih dahulu sebelum pasien berangkat untuk berobat. Kepuasan pasien terhadap strategi pemasaran digital dapat dilihat melalui indikator; 1) Layanan informasi sudah sesuai standar Pelayanan, 2) Jawaban atas informasi yang diberikan pada sistem aplikasi sudah sesuai harapan, 3) Alur Informasi sudah sesuai standar, 4) Layanan pengaduan selalu direspon, 5) Jadwal dokter online sudah sesuai waktu pelaksanaan, 6) Layanan pada Medsos RSUD sudah baik, 7) Tampilan layanan pada Medsos RSUD sangat menarik, 8) Informasi yang disampaikan pada medsos RSUD cukup jelas alurnya, 9) Pendaftaran online sibrojol mempermudah layanan, 10) Sistem Pengantar Obat (sitara) mempermudah layanan.

Untuk meningkatkan loyalitas pasien, diperlukan analisis terlebih dahulu mengenai pelayanan yang telah diberikan kepada pasien selama ini seperti bagaimana penilaian pasien terhadap kualitas layanan apakah sudah sesuai dengan harapan atau belum. Hal ini penting

dilakukan sebagai acuan dalam membenahan pelayanan agar dapat memberikan kepuasan yang optimal, sebagaimana (Ardiyanto dan Tabrani, 2018) dengan judul penelitian pengaruh Citra Rumah Sakit dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien (Studi pada RSUD Kardinah Tegal) yang menunjukkan bahwa citra Rumah Sakit dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas dan kepuasan pasien sehingga RSUD Kota Bekasi dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggannya, dalam hal ini yaitu pasien, dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas serta pemasaran digital agar kepuasan pasiennya meningkat sehingga terciptanya loyalitas pasien untuk mendapatkan informasi dan pelayanan kesehatan melalui *online* maupun *offline*.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Wicaksono, 2021) pada penelitian yang berjudul Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan usia muda. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa pemasaran Digital berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun kualitas produk tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Secara tidak langsung, pemasaran digital dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Sehingga diperlukan kajian lebih dalam pada penelitian ini terhadap penelitian sebelumnya.

Pengertian kepuasan menurut Kotler dan Keller dalam (Mawardi, 2021) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien RSUD Kota Bekasi bergantung dengan layanan yang mereka terima apakah sudah sesuai dengan harapan.

Dari kepuasan tersebut dapat menimbulkan loyalitas. Adapun timbulnya loyalitas tidak bisa dipaksakan karena muncul secara alami dari dalam diri pelanggan yang merasa puas dengan

kualitas produk yang ditawarkan, kemudian tertarik dan ingin melakukan pembelian berulang. Pasien yang mendapatkan kepuasan layanan jasa kesehatan di RSUD Kota Bekasi akan menampilkan cerminan dari loyalitas seperti memberi rekomendasi positif kepada orang lain dan melaksanakan konsultasi maupun layanan kesehatan berulang.

Studi ini dilakukan dalam rangka dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran kepada instansi Rumah Sakit penyedia layanan kesehatan dalam upaya peningkatan fasilitas dan kualitas pelayanan kepada pasien baik secara langsung maupun dalam pemasaran digital serta memberikan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam pengambilan keputusan tentang hubungan perbaikan kinerja pelayanan di RSUD Kota Bekasi. Dalam hal ini, penelitian di RSUD Kota Bekasi penting untuk dilakukan dengan upaya mengetahui apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan pemasaran digital mempengaruhi kepuasan pasien sehingga terciptanya loyalitas pasien.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dengan merujuk pada permasalahan yang terjadi di RSUD Kota Bekasi jika merujuk pada variable dan judul penelitian, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang didapatkan melalui wawancara dan observasi tidak terstruktur dengan hasil sebagai berikut:

1. Dokter kurang cepat tanggap dengan kebutuhan pasien
2. Perawat dan admin kurang ramah
3. Pasien kurang yakin diobati oleh DPJP RS
4. Fasilitas belum sesuai standar
5. Kondisi AC tidak sejuk



6. Lift rusak
7. Kebocoran pada atap dan jendela
8. Ruangan kurang cahaya
9. Parkir Penuh
10. Website dan social media sudah sangat aktif membagikan informasi namun belum banyak pasien yang mengaksesnya

### C. Batasan Masalah

Masalah kesehatan merupakan kebutuhan mendasar yang penting untuk diperhatikan oleh masyarakat maupun pemangku kebijakan sehingga layanan jasa kesehatan diharapkan mampu untuk selalu konsisten meningkatkan kuantitas dan kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan pasien. Dari beberapa permasalahan diatas, maka dibuat batasan-batasan masalah yang akan dilakukan dalam penelitian. Beberapa batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup yang diteliti meliputi kepuasan pasien dan loyalitas pasien.
2. Informasi yang disajikan yaitu terkait kualitas pelayanan, fasilitas, dan strategi digital marketing.

Dari uraian latar belakang dan identifikasi masalah diatas, guna dapat meneliti lebih dalam berdasar sudut pandang kualitas pelayanan, strategi pemasaran digital dan kepuasan pasien, maka penulis mengajukan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan RSUD Kota Bekasi dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening”**.

#### D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan Instalasi Rawat Jalan yang diberikan oleh RSUD Kota Bekasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien?
2. Apakah fasilitas Instalasi Rawat Jalan yang diberikan oleh RSUD Kota Bekasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien?
3. Apakah Strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap kepuasan pasien RSUD Kota Bekasi?
4. Apakah kualitas pelayanan Instalasi Rawat Jalan yang diberikan oleh RSUD Kota Bekasi berpengaruh terhadap loyalitas pasien?
5. Apakah fasilitas Instalasi Rawat Jalan yang diberikan oleh RSUD Kota Bekasi berpengaruh terhadap loyalitas pasien?
6. Apakah pemasaran digital berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada RSUD Kota Bekasi?
7. Apakah Kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada RSUD Kota Bekasi?
8. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien bila dimediasi dengan kepuasan pasien?
9. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pasien bila dimediasi dengan kepuasan pasien?
10. Apakah strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap loyalitas pasien bila dimediasi dengan kepuasan pasien?

#### C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh kualitas pelayanan pada Instalasi Rawat Jalan yang diberikan oleh RSUD Kota Bekasi terhadap kepuasan pasien
2. Pengaruh fasilitas pada Instalasi Rawat Jalan yang diberikan oleh RSUD Kota Bekasi terhadap kepuasan pasien
3. Pengaruh pemasaran digital terhadap kepuasan pasien RSUD Kota Bekasi
4. Pengaruh kualitas pelayanan Instalasi Rawat Jalan yang diberikan oleh RSUD Kota Bekasi terhadap loyalitas pasien
5. Pengaruh fasilitas Instalasi Rawat Jalan yang diberikan oleh RSUD Kota Bekasi terhadap loyalitas pasien
6. Pengaruh Strategi pemasaran digital terhadap loyalitas pasien di RSUD Kota Bekasi
7. Pengaruh kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien RSUD Kota Bekasi
8. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien bila dimediasi dengan kepuasan pasien
9. Pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pasien bila dimediasi dengan kepuasan pasien
10. Pengaruh strategi pemasaran digital terhadap loyalitas pasien bila dimediasi dengan kepuasan pasien

#### D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini diharapkan penulis dapat memahami dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan pemasaran digital

terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pada pasien di RSUD Kota Bekasi serta dapat memberikan informasi sebagai acuan dalam penelitian lebih lanjut.

## 2. Bagi RSUD Kota Bekasi

- 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 dan fasilitas guna memenuhi kepuasan pasien, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan di masa yang akan datang.
- c. Sebagai acuan melaksanakan pemasaran digital yang efektif diterapkan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien.

## 3. Bagi Regulator

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan tambahan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai upaya alternatif bagi organisasi yang menghadapi masalah serupa.

