

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan industri jasa kesehatan di Indonesia saat ini mengalami persaingan yang semakin ketat, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kualitas pelayanan kesehatan. Rumah sakit tidak lagi hanya dituntut untuk menyediakan layanan medis yang bersifat kuratif, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, responsif, dan berorientasi pada kepuasan pasien. Dalam konteks ini, pasien diposisikan sebagai pelanggan yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap mutu layanan, baik dari aspek medis maupun nonmedis.

Rumah Sakit Mitra Sejati sebagai salah satu rumah sakit swasta tipe B di Kota Medan memiliki peran strategis dalam sistem pelayanan kesehatan, khususnya sebagai mitra Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan. Tingginya volume kunjungan pasien setiap hari, baik pada layanan rawat jalan maupun rawat inap, menuntut pihak manajemen rumah sakit untuk mampu mengelola hubungan dengan pasien secara efektif. Kondisi tersebut menjadikan kepuasan dan loyalitas pasien sebagai faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan serta daya saing rumah sak

1.2.Rumusan Masalah

1. • Bagaimana tingkat kualitas pelayanan Rumah Sakit Mitra Sejati berdasarkan kesenjangan antara harapan dan persepsi pasien yang diukur menggunakan metode SERVQUAL?
2. • Dimensi SERVQUAL apa saja yang menjadi prioritas perbaikan dalam penerapan Customer Relationship Management (CRM) di Rumah Sakit Mitra Sejati?
3. • Bagaimana penerjemahan kebutuhan dan harapan pasien ke dalam karakteristik teknis pelayanan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD)?
4. • Strategi Customer Relationship Management apa yang tepat dirancang berdasarkan hasil analisis SERVQUAL dan QFD untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien di Rumah Sakit Mitra Sejati?

1.3.Tujuan Penelitian

1. Menganalisis tingkat kualitas pelayanan Rumah Sakit Mitra Sejati berdasarkan kesenjangan antara harapan dan persepsi pasien menggunakan metode SERVQUAL.
2. Mengidentifikasi dimensi SERVQUAL yang menjadi prioritas perbaikan dalam penerapan Customer Relationship Management (CRM) di Rumah Sakit Mitra Sejati.
3. Menerjemahkan kebutuhan dan harapan pasien ke dalam karakteristik teknis pelayanan melalui metode Quality Function Deployment (QFD).
4. Merancang strategi Customer Relationship Management (CRM) yang tepat dan terintegrasi guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas pasien di Rumah Sakit Mitra Sejati.

1.4. Batasan dan Asumsi Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada perancangan strategi Customer Relationship Management (CRM) di Rumah Sakit Mitra Sejati dengan fokus pada kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pasien. Pengukuran kualitas pelayanan dilakukan menggunakan metode SERVQUAL yang mencakup lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Responden penelitian dibatasi pada pasien rawat jalan dan/atau rawat inap yang pernah menerima pelayanan di Rumah Sakit Mitra Sejati dalam periode penelitian. Metode Quality Function Deployment (QFD) digunakan hingga tahap penyusunan House of Quality (HoQ) untuk menerjemahkan kebutuhan pasien ke dalam karakteristik teknis pelayanan. Penelitian ini tidak membahas aspek keuangan rumah sakit, kebijakan manajemen internal secara mendalam, maupun implementasi strategi CRM secara langsung, melainkan terbatas pada tahap perancangan strategi

1.5. Manfaat Penelitian

Bagi Rumah Sakit

Penelitian ini menjadi bahan evaluasi bagi manajemen rumah sakit dalam mengidentifikasi dan memperbaiki aspek kualitas pelayanan berdasarkan persepsi riil pasien, serta membantu penentuan prioritas strategi CRM yang lebih tepat guna meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan retensi pasien.

Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan sumber pembelajaran bagi mahasiswa dalam memahami penerapan metode Servqual dan QFD secara terpadu, sekaligus melatih kemampuan analisis dalam mengkaji permasalahan kualitas pelayanan di sektor kesehatan.

Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen operasional dan manajemen layanan kesehatan, khususnya terkait optimalisasi kualitas pelayanan dan penerapan pendekatan ilmiah dalam peningkatan kepuasan serta loyalitas pelanggan.