

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah Sakit adalah fasilitas kesehatan yang memberikan pelayanan kesehatan secara paripurna, dengan mengutamakan upaya menyembuhkan penyakit dan memulihkan kesehatan (Muliawati, 2022). Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan secara paripurna yang memberikan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat (Sonia, 2018). Rumah sakit akan terus berupaya untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat dengan memberikan pelayanan yang berkualitas (Dherma, 2021).

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, menuntut pula adanya kemajuan di bidang pelayanan kesehatan, salah satunya rumah sakit. Saat ini semakin banyak rumah sakit (RS) berdiri di Indonesia sehingga persaingan antar rumah sakit pun semakin meningkat. Untuk itu, rumah sakit harus mempunyai strategi dalam memasarkan produknya guna menarik minat konsumen, serta menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini menuntut agar suatu rumah sakit untuk lebih peka, kritis, dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, maupun ekonomi (Bur, 2019).

Di era dimana kepuasan pasien dijadikan tolak ukur untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan rumah sakit atau institusi medis harus mutu pelayanan terhadap pasien (Antoinette et al, 2020). Fokus pasien sebelumnya yang hanya mengamankan akses ke layanan medis telah bergeser untuk meningkatkan minat dalam kualitas layanan medis (Meesala, 2018). Hal ini karena pasien sekarang dihadapkan pada banyak pilihan rumah sakit dengan demikian membuat pilihan terbaik dalam memilih rumah sakit untuk dikunjungi (Mitropoulos, 2018).

Fenomena ini menjadikan tekanan tersendiri pada rumah sakit untuk memuaskan pasien dan mempertahankan mereka. Dengan kata lain, kepuasan pasien yang lebih besar menghasilkan retensi pasien yang lebih tinggi. Rumah Sakit yang gagal memahami implikasi dalam memberikan mutu layanan berkualitas mungkin akan menjadikan kehilangan pasien yang pada akhirnya akan menyebabkan kunjungan pasien ke rumah sakit menurun (Antoinette et al, 2020).

Konsep pemasaran rumah sakit saat ini telah mengalami perubahan besar, dimana orientasi tidak lagi pada jasa yang dihasilkan, tetapi beralih ke orientasi pada pasien. Hal ini menyebabkan rumah sakit diharuskan tidak lagi hanya mampu memenuhi kebutuhan pasien saja tetapi juga harus dapat memuaskan pasien. Adanya persaingan yang kompetitif ini menyebabkan semakin diperlukan informasi pemasaran (Shalamah, 2021).

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai salah satu tujuan pemasaran yaitu memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pengomsumsi serta mendatangkan keuntungan bagi pihak perusahaan dari pasar bauran (Maman, 2022). Tujuan bauran pemasaran adalah terjadinya transaksi atau kunjungan rawat jalan atau rawat inap karena pelayanan yang bermutu. Pelayanan yang bermutu akan membuat pasien puas. Pada akhirnya, pelanggan/pasien yang bersangkutan akan setia dan kembali menggunakan jasa Rumah Sakit tersebut (Maman, 2022).

Strategi bauran pemasaran merupakan suatu strategi yang meliputi beberapa elemen yaitu produk, harga, promosi, lokasi, orang, bukti fisik dan proses. Semua elemen harus dimaksimalkan untuk memperoleh hasil yang optimal. Bauran pemasaran ini menjadi penting karena menjadi pertimbangan saat membuat strategi pemasaran, karena seluruh faktor tersebut saling berhubungan dan mewakili faktor-faktor yang ada di pasar sehingga implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal (Umy, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah dengan pemasaran yang efektif. Rumah sakit yang pada mulanya berorientasi sebagai produsen jasa, mulai berorientasi pada pemasaran. Rumah sakit mulai menetapkan kebutuhan, keinginan dan harapan pasien terhadap produk dan jasa sebagai nilai pelayanan yang harus dipenuhi. Pimpinan rumah sakit harus peka terhadap perubahan dan perkembangan perilaku pasien. Sehingga dapat membuat strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan jasa sehingga akan memberikan suatu kertetarikan kepada pasien untu kembali menggunakan jasa rumah sakit tersebut, keputusan pasien kembali menggunakan jasa layanan rumah sakit yang sama dilakukan pasien karena mereka menilai mutu layanan yang baik yang diberikan rumah sakit, sehingga mereka percaya dengan mutu layanan yang diberikan akan menyelesaikan masalah penyakit yang dihadapi pasien.

Penelitian ini akan dilakukan di RSU Royal Prima Medan, yang merupakan salah satu rumah sakit swasta terbesar dan akan menjadi pusat rujukan bagi masyarakat khususnya Kota Medan dan masyarakat Sumatera Utara pada umumnya. Sebuah moment yang membanggakan, pada tanggal 17 Mei 2011, Wakil Menteri Pendidikan Nasional RI Bapak Prof. Dr. Fasli Jalal, PhD. melakukan peletakan batu pertama pembangunan Rumah Sakit Royal Prima. Pada tanggal 14 Februari 2013, Kepala Dinas Kesehatan Propinsi Sumatera Utara telah mengeluarkan surat Izin Operasional Sementara kepada RS Royal Prima Medan No. 440.442/1641/II/TAHUN 2014. Pada tanggal 16 Februari 2014 RS. Royal Prima Medan diresmikan oleh Wakil Gubernur Propinsi Sumatera Utara Ir. H. Tengku Erry Nuradi, M.Si

dengan Izin Operasional Tetap dari Dinas Kesehatan Provinsi Sumatera Utara yang ditandatangani oleh Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Sumatera Utara, dr. Siti Hatati Surjantini, M.Kes.

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan peneliti pada bulan Agustus dengan cara melakukan wawancara kepada beberapa pasien rawat inap yang ada di RSUD Royal Prima Medan mengenai mutu layanan yang diberikan petugas kepada pasien hasil wawancara kepada pasien mengatakan bahwa masih ada pasien yang kurang puas dengan mutu pelayanan yang diberikan kepada pasien dimana diantaranya masih kurangnya respon dari perawat saat pasien menanyakan sesuatu, selanjutnya keramahan petugas yang masih menjadi salah satu keluhan yang dirasakan pasien atas pelayanan yang dirasakan selama menjalani rawat inap di RSUD Royal Prima Medan.

Dari penjabaran latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Mutu Layanan, Bauran Pemasaran, Terhadap Minat Pemanfaatan Ulang Layanan Rawat Inap di RSUD Royal Prima Medan Tahun 2022.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah ada pengaruh mutu layanan, dan bauran pemasaran terhadap minat pemanfaatan ulang layanan rawat inap di RSUD Royal Prima Medan Tahun 2022?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh mutu layanan, dan bauran pemasaran terhadap minat pemanfaatan ulang layanan rawat inap di RSUD Royal Prima Medan Tahun 2022.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh mutu layanan terhadap minat pemanfaatan ulang layanan rawat inap di RSUD Royal Prima Medan Tahun 2022 ?
2. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap minat pemanfaatan ulang layanan rawat inap di RSUD Royal Prima Medan Tahun 2022?
3. Untuk mengetahui pengaruh mutu layanan dan bauran pemasaran terhadap minat pemanfaatan ulang layanan rawat inap di RSUD Royal Prima Medan Tahun 2022?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Rumah Sakit

1. Sebagai sumber informasi dan masukan bagi Rumah Sakit dalam upaya peningkatan dan pengembangan pemasaran jasa layanan kesehatan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pasien.
2. Sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan mutu pelayanan sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan pasien ke RSUD Prima Medan.

1.4.2 Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman dalam melaksanakan sebuah penelitian, cara pengembangan pemasaran jasa dan cara meningkatkan mutu pelayanan kesehatan.

1.4.3 Bagi Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber kepustakaan untuk memperkaya pustaka yang sudah ada, sehingga dapat digunakan bagi mahasiswa yang akan datang dalam proses pendidikan di profesi kesehatan.