

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Persaingan dunia bisnis saat ini terjadi bukan hanya terjadi di dalam negeri. Akan tetapi dengan adanya kemudahan akses sumber informasi menjadikan perusahaan multinasional mulai melakukan pengembangan bisnis. Sehingga hal ini berdampak kepada perusahaan nasional atau swasta yang ada di dalam negeri. Dalam menghadapi kondisi tersebut, peran sumber daya manusia merupakan unsur penting selain dari pada mesin dan modal yang dimiliki oleh perusahaan. Memiliki sumber daya manusia yang cerdas serta memiliki jiwa adaptif terhadap perubahan yang ada, tentunya akan menjadi perusahaan akan tetap bertahan dengan banyaknya perusahaan lain yang ingin merebut segmen pasar perusahaan.

Saat ini sumber daya manusia yang ada di Indonesia relatif melimpah. Namun tidak semua mampu mengisi posisi jabatan strategis yang dibutuhkan oleh masyarakat. Seperti halnya Rumah Sakit Umum Daerah Haji Abdul Manan Simatupang Kisaran juga dituntut untuk terus memberikan layanan prima kepada para pasiennya. Sehingga keberadaannya memberikan nilai manfaat lebih khususnya masyarakat yang ingin mendapatkan layanan kesehatan yang memuaskan.

Kepuasan pasien adalah keluaran “outcome” layanan kesehatan. Dengan demikian kepuasan pasien merupakan salah satu tujuan dari peningkatan mutu layanan kesehatan. Kepuasan pasien adalah suatu tingkat perasaan pasien yang

timbul sebagai akibat dari kinerja layanan kesehatan yang di peroleh setelah pasien membandingkan dengan apa yang diharapkan (Pohan, 2013).

Selanjutnya Abdullah (2012) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan merupakan tingkatann dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas (Kotler dalam Intani, 2016). Memahami kebutuhan dan keinginan pasien adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan pasien, pasien yang merasa puas merupakan asset yang sangat berharga karena apabila pasien puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika merasa tidak puas mereka akan memberikan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya.

Menurut Parasuraman, et al (1988) untuk melihat kepuasan seseorang terhadap pelayanan, terdapat lima dimensi yang meliputi reliability (kehandalan), responsiveness (ketanggapan), confidence/assurances (keyakinan/jaminan), empathy (empati), tangible (penampilan/bukti fisik). Kemudian Jatmiko (2014), dimensi kepuasaan pasien sangat bervariasi. Secara umum dimensi kepuasaan tersebut dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu kepuasaan yang mengacu pada penerapan kode etik serta standar pelayanan profesi dan kepuasaan yang mengacu pada penerapan semua persyaratan pelayanan kesehatan. Pertama kepuasaan yang mengacu pada penerapan kode etik serta standar pelayanan profesi. Ukuran kepuasaan pemakai jasa pelayanan kesehatan terbatas hanya pada penerapan kode

etik serta standar profesi saja. Kedua kepuasaan yang mengacu pada penerapan semua persyaratan pelayanan kesehatan. Suatu pelayanan kesehatan disebut sebagai pelayanan kesehatan yang bermutu apabila penerapan semua persyaratan pelayanan kesehatan dapat memuaskan pasien.

Salah satu faktor yang dinilai penting dalam membangun rasa puas seorang pasien adalah citra rumah sakit itu sendiri (Wu, 2011). Bagi Perusahaan, citra merupakan tujuan, reputasi dan prestasi yang hendak dicapai, karena citra perusahaan merupakan karakter yang akan membedakan perusahaan dengan pesaingnya. Citra perusahaan yang baik menjadi aset penting karena akan berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan dan merupakan perangkat kuat untuk menarik konsumen agar memilih produk dan jasa perusahaan, dan juga memberikan penilaian yang positif dan eksistensi perusahaan dimata publik dengan cara menunjukkan pandangan masyarakat terhadap perusahaan dalam jangka panjang

Ada lima faktor yang bisa mempengaruhi citra perusahaan pada perusahaan jasa: 1) Identitas perusahaan (Corporate Identity): Identitas adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan terbentuknya citra perusahaan di mata masyarakat (Sutoyo, 2004). 2) Reputasi (Reputation): Reputasi adalah suatu hal yang sudah dilakukan oleh perusahaan dan diyakini oleh publik berdasar dari yang dialami baik diri sendiri maupun orang lain (Harrison, 2000). 3) Lingkungan fisik (Physical Environment): Lingkungan fisik adalah dari pelayanan yang dihasilkan dan dikonsumsi sangat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap citra perusahaan (Le Blanc dan Nguyen, 1998). 4)

Karyawan (Contact Personel): Performa dan interaksi karyawan akan tampak dari sikap mereka saat memberikan pelayanan dan dapat mempengaruhi hasil dari evaluasi pelayanan. Interaksi karyawan merupakan salah satu hal penting dalam membangun citra perusahaan (Le Blanc dan Nguyen, 1998). 5) Pelayanan (Service Offering): Pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan sangat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap citra suatu perusahaan.

Hasil penelitian (Abbas, 2021) dengan judul penelitian *Impact of Brand Image on Customer Loyalty With the Mediating Role of Customer Satisfaction and Brand Awareness* menyatakan bahwa brand image berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya hasil penelitian (Yasa, 2021) dengan judul penelitian *The influence of product quality, brand image, brand trust on customer satisfaction and loyalty* menyatakan bahwa brand image memiliki arti penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Kemudian hasil penelitian (Yulisetiarini, 2023) dengan judul penelitian *The Influence of Service Quality , Image and Facility of Hospital on Patient Loyalty Through Patient Satisfaction with BPJS Kesehatan at Type C Hospitals in Jember* menyatakan bahwa citra rumah sakit tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Faktor berikut yang dinilai penting mampu memberikan rasa puas kepada pasien adalah fasilitas yang dimiliki oleh rumah sakit. Menurut peraturan pemerintah republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2016 tentang fasilitas pelayanan kesehatan (Kementerian Kesehatan, 2016), fasilitas kesehatan atau fasilitas pelayanan kesehatan adalah suatu alat atau tempat yang digunakan untuk dalam menjalankan upaya pelayanan kesehatan, baik dari segi promotif, preventif, kuratif,

dan juga rehabilitatif yang dilakukan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah atau masyarakat. Fasilitas pelayanan kesehatan memiliki 3 tingkatan diantaranya adalah: 1) Fasilitas pelayanan kesehatan tingkat pertama dimana berfokus pada pemberian pelayanan kesehatan dasar. 2) Fasilitas pelayanan kesehatan tingkat kedua berfokus pada pemberian pelayanan kesehatan spesialistik. 3) Fasilitas pelayanan kesehatan tingkat ketiga berfokus pada pemberian pelayanan kesehatan subspesialistik.

Hasil penelitian (Afzal, 2014) dengan judul penelitian *Effect Of Demographic Characteristics On Patient's Satisfaction With Health Care Facility* menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian (Napitupulu, 2018) dengan judul penelitian *Analysis of Student Satisfaction Toward Quality of Service Facility* menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian (Ilyas, 2022) dengan judul penelitian *Price, Promotion, and Supporting Facilities on Customer Satisfaction* menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian (Liu, 2018) dengan judul penelitian *Why patients prefer high- level healthcare facilities: A qualitative study using focus groups in rural and urban China* menyatakan bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan, setelah persepsi penyakit awal, bervariasi dalam empat tahap pemanfaatan layanan kesehatan: kunjungan awal, diagnosis, pengobatan, dan kelanjutan pengobatan. Faktor-faktor yang dipertimbangkan per tahap sangat berbeda antara responden pedesaan dan perkotaan, tetapi kurang berbeda antara populasi umum dan yang