

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesehatan merupakan kebutuhan dasar setiap manusia. Ketika seseorang merasakan kondisi kesehatannya menurun maka dia akan berusaha mencari fasilitas kesehatan untuk melakukan pengobatan. Salah satu fasilitas kesehatan yang sering dimanfaatkan adalah rumah sakit (Rahma, 2022).

Rumah sakit sebagai salah satu fasilitas pelayanan kesehatan perorangan memiliki peran strategis dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kualitas pelayanan kesehatan, rumah sakit dituntut untuk tidak hanya berfokus pada aspek kuratif, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas pasien. Rumah Sakit Sebagai salah satu fasilitas pelayanan kesehatan perorangan merupakan dari bagian dari daya kesehatan yang sangat diperlukan dalam mendukung penyelenggaraan upaya kesehatan. Penyelenggaraan pelayanan kesehatan di rumah sakit mempunyai karakteristik dan organisasi yang sangat kompleks (Sondakh, 2022).

Perkembangan era globalisasi membawa dampak besar bagi pertumbuhan industri layanan kesehatan, termasuk meningkatnya jumlah rumah sakit dan penyedia fasilitas kesehatan (Rahma, 2023). Kondisi ini memicu munculnya persaingan yang semakin ketat antar rumah sakit, baik negeri maupun swasta. Persaingan tersebut menuntut manajemen rumah sakit untuk menyusun strategi pemasaran dan pelayanan yang efektif agar mampu mempertahankan keberadaan serta kepercayaan masyarakat (Ying dkk, 2022).

Peningkatan persaingan mengharuskan penyedia layanan kesehatan untuk menciptakan suatu strategi manajemen pemasaran yang tepat untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang ketat (Guriti dkk, 2024). Salah satu kunci pentingnya adalah mendapatkan kepuasan dan mempertahankan loyalitas pasien. Mempertahankan keberadaan pasien yang sudah ada adalah suatu hal yang lebih mudah dari segi *cost effective* dibanding mendapatkan pasien yang baru (Hussein, 2021).

Dalam konteks pelayanan kesehatan modern, rumah sakit dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan pasien di tengah persaingan yang semakin ketat antara rumah sakit negeri, swasta, maupun fasilitas kesehatan lainnya. Oleh karena itu, penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan hubungan yang berkelanjutan antara rumah sakit dan pasien. CRM merupakan strategi penting untuk meningkatkan keuntungan dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan (Haryuningtias, 2025). Senada dengan hal tersebut, Francis Buttle (Noviana, 2020) dalam bukunya *Customer Relationship Management* (CRM), menjelaskan bahwa CRM merupakan strategi yang efektif untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan konsumen agar menjadi loyal terhadap perusahaan.

Loyalitas pasien terhadap rumah sakit sebagian besar tergantung pada kualitas pelayanan yang memuaskan. Rumah Sakit dapat mencapai hal ini dengan memanfaatkan manajemen hubungan pelanggan, yang merupakan strategi yang penting. Manajemen hubungan pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan peralihan strategi perusahaan dari yang berfokus pada produk menjadi yang berfokus pada pelanggan (Ferrer, 2023).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan kualitas dan kuantitas hubungan dengan pelanggan dalam rangka peningkatan nilai sebuah perusahaan. Rumah sakit sebagai salah satu bagian dari layanan kesehatan merupakan contoh perusahaan yang juga membutuhkan metode CRM sebagai media pendekatan kepada pasien sebagai konsumen (Lubis, 2020).

Strategi CRM berkaitan dengan beberapa faktor yaitu penyelesaian komplain konsumen, penanganan terhadap pengetahuan konsumen, membantu konsumen untuk memberi keputusan (*consumer empowerment*), serta orientasi konsumen. Perhatian khusus rumah sakit terhadap aspek hubungan dengan pasien sebagai konsumen berhubungan dengan terbangunnya komunikasi dan hubungan antara rumah sakit dan pasien dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan ekspektasi pasien. Terpenuhinya kebutuhan dan ekspektasi pasien dapat mempengaruhi banyak aspek seperti tingkat kepuasan, kecenderungan pasien untuk kembali, dan membuat pasien menjadi loyal terhadap rumah sakit (Rituparna, 2022).

Keuntungan loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif, yaitu meningkatnya kuantitas pasien yang menyebabkan sumber pendapatan atau keuntungan lebih meningkat, retensi pegawai yang lebih tinggi, dan basis keuangan yang lebih stabil. Selain itu keuntungan lain dari loyalitas yaitu menurunkan biaya pemasaran, mempersingkat waktu dan biaya transaksi, menurunkan biaya *turn over*, dan *word of much* yang positif (Bur, 2020).

Menurut Zeithaml dan Bitner (2020), loyalitas pelanggan dalam konteks jasa kesehatan mencerminkan komitmen pasien untuk terus menggunakan layanan yang sama, disertai sikap positif dan perilaku pembelian ulang (*revisit intention*). Pasien yang loyal bukan hanya menjadi pengguna tetap layanan rumah sakit, tetapi juga menjadi media promosi yang efektif melalui rekomendasi positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Sebaliknya, pasien yang merasa tidak puas dengan pelayanan cenderung berpindah ke fasilitas kesehatan lain, yang pada akhirnya dapat menurunkan citra dan daya saing rumah sakit.

Berdasarkan hasil pra-survei awal yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Oktober 2025 terhadap beberapa pasien rawat inap di RSU Royal Prima Medan, diperoleh gambaran umum bahwa sebagian besar pasien memiliki

persepsi positif terhadap pelayanan yang diberikan. Sebagian besar responden menilai tenaga kesehatan dan staf administrasi memberikan pelayanan dengan ramah, komunikatif, dan cepat tanggap terhadap kebutuhan pasien. Selain itu, penerapan sistem informasi rumah sakit yang berbasis teknologi juga dinilai membantu mempercepat proses administrasi dan memudahkan koordinasi antar unit pelayanan.

Namun demikian, beberapa responden juga memberikan masukan konstruktif terkait pentingnya peningkatan konsistensi pelayanan pada jam-jam sibuk dan optimalisasi pemanfaatan teknologi digital agar komunikasi pasien dengan petugas lebih mudah dilakukan. Secara umum, hasil pra-survei menunjukkan bahwa RSUD Royal Prima Medan telah memiliki fondasi CRM yang baik, terutama dalam aspek pelayanan dan profesionalisme SDM, namun masih memiliki ruang untuk peningkatan di bidang pengelolaan informasi pasien dan penerapan sistem umpan balik yang lebih terstruktur untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan pasien.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor pendukung CRM seperti *people*, *process*, dan *technology* memiliki peranan penting dalam membentuk loyalitas pasien rawat inap di RSUD Royal Prima Medan. Dengan memperkuat penerapan keempat faktor tersebut, diharapkan rumah sakit mampu menciptakan hubungan yang lebih personal, efektif, dan berkelanjutan dengan pasien, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas terhadap pelayanan rumah sakit.

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi karena loyalitas pasien menjadi indikator penting dalam keberhasilan manajemen rumah sakit modern. Dalam lingkungan pelayanan kesehatan yang semakin kompetitif, mempertahankan pasien lama jauh lebih bernilai daripada sekadar menarik pasien baru. Loyalitas pasien tidak hanya mencerminkan tingkat kepuasan terhadap pelayanan, tetapi juga menjadi tolok ukur kepercayaan dan citra positif rumah sakit di mata masyarakat.

Bagi RSUD Royal Prima Medan, penerapan CRM yang optimal dapat menjadi strategi unggulan untuk memperkuat hubungan dengan pasien, meningkatkan mutu layanan, serta membangun sistem komunikasi yang efektif dan berkesinambungan. Selain itu, penelitian ini juga penting dari sisi akademik, karena dapat memberikan bukti empiris mengenai hubungan antara faktor-faktor pendukung CRM dengan loyalitas pasien rawat inap dalam konteks rumah sakit swasta di Indonesia.

Penelitian ini juga sejalan dengan amanat Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perumahsakit, yang menekankan bahwa rumah sakit wajib memberikan pelayanan yang aman, bermutu, efektif, dan berfokus pada kebutuhan pasien. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi manajemen rumah sakit dalam pengambilan keputusan strategis, sekaligus memperkaya literatur akademik mengenai penerapan CRM dalam sektor pelayanan kesehatan.

Berdasarkan hasil penjabaran latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul penelitian “**Analisis Hubungan Faktor Pendukung Customer Relationship Management Dengan Loyalitas Pasien Rawat Inap di RSUD Royal Prima Medan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat hubungan antara faktor *People* (sumber daya manusia) dengan loyalitas pasien rawat inap di RSUD Royal Prima Medan?
2. Apakah terdapat hubungan antara faktor *Process* (proses pelayanan) dengan loyalitas pasien rawat inap di RSUD Royal Prima Medan?
3. Apakah terdapat hubungan antara faktor *Technology* (teknologi informasi) dengan loyalitas pasien rawat inap di RSUD Royal Prima Medan?
4. Faktor pendukung manakah dari *Customer Relationship Management (CRM)* yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di RSUD Royal Prima Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum pada penelitian ini yaitu untuk menganalisis hubungan antara faktor-faktor pendukung Customer Relationship Management (CRM) yang meliputi *People*, *Process*, *Technology*, dan *Knowledge Management* dengan loyalitas pasien rawat inap di RSUD Royal Prima Medan.

1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun yang menjadi tujuan khusus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis hubungan antara faktor *People* (sumber daya manusia) dengan loyalitas pasien rawat inap di RSUD Royal Prima Medan.
2. Menganalisis hubungan antara faktor *Process* (proses pelayanan) dengan loyalitas pasien rawat inap di RSUD Royal Prima Medan.
3. Menganalisis hubungan antara faktor *Technology* (teknologi informasi) dengan loyalitas pasien rawat inap di RSUD Royal Prima Medan.

4. Menganalisis faktor pendukung manakah dari *Customer Relationship Management (CRM)* yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di RSUD Royal Prima Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pelayanan kesehatan, khususnya dalam penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* di rumah sakit. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai bagaimana faktor-faktor pendukung CRM meliputi *people, process, technology* berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat teori tentang loyalitas pelanggan dalam konteks pelayanan kesehatan, yang menekankan pentingnya hubungan jangka panjang, kepercayaan, dan kepuasan pasien terhadap institusi pelayanan. Temuan penelitian ini diharapkan menjadi dasar teoritis bagi pengembangan model manajemen hubungan pasien yang efektif serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang pemasaran jasa kesehatan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Rumah Sakit
penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dalam meningkatkan strategi *Customer Relationship Management (CRM)*, terutama dalam memperkuat peran sumber daya manusia, memperbaiki proses pelayanan, serta mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi dan manajemen pengetahuan untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan pasien. Hasilnya diharapkan dapat membantu rumah sakit meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien, sehingga berdampak positif pada citra dan daya saing institusi.
2. Bagi Pasien
Penelitian ini diharapkan dapat mendorong terciptanya pelayanan yang lebih profesional, ramah, cepat, dan berorientasi pada kebutuhan pasien. Melalui penerapan CRM yang efektif, pasien dapat merasakan pengalaman pelayanan yang lebih personal, berkesinambungan, dan menumbuhkan rasa percaya terhadap rumah sakit.
3. Bagi Peneliti
Penelitian ini memberikan kesempatan untuk menerapkan dan memperdalam pemahaman teoritis mengenai konsep CRM dan loyalitas pasien dalam konteks pelayanan kesehatan, sekaligus mengasah kemampuan analisis dan metodologi penelitian.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan dasar pengembangan penelitian lanjutan yang relevan, baik dengan menambah variabel baru, memperluas objek penelitian pada rumah sakit lain, maupun mengembangkan model CRM yang lebih inovatif dalam meningkatkan loyalitas pasien.