

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Untuk mewujudkan kepuasan pasien, kualitas pelayanan hal yang sangat penting didalam industri kesehatan, apalagi yang menyangkut nyawa seseorang. Di era modern sekarang yang penuh dengan persaingan, rumah sakit akan semakin sadar tentang perlunya memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi pasiennya. Menurut (Depkes RI, 1994 : 2) menyatakan bahwa rumah sakit merupakan sarana kesehatan yang memberikan kegiatan pelayanan kesehatan dan juga sebagai tempat pendidikan tenaga kesehatan dan penelitian.

Berdasarkan jenis pelayanannya, rumah sakit di Indonesia dibagi menjadi 2 jenis yaitu rumah sakit umum dan rumah sakit khusus. Perbedaan dari kedua rumah sakit ini adalah jika rumah sakit umum memberikan pelayanan ke segala jenis penyakit, sedangkan rumah sakit khusus memberikan pelayanan utama hanya satu jenis penyakit tertentu yang berdasarkan golongan, disiplin ilmu, organ, umur, jenis penyakit atau kekhususan lainnya.

Selain 2 jenis rumah sakit tersebut, rumah sakit di Indonesia juga terdapat rumah sakit yang berlandaskan syariah. Perbedaan yang mencolok dari rumah sakit syariah ini adalah terdapat pada sisi religius pegawai wanita yang wajib mengenakan jilbab serta busana yang sesuai syariat islam dan juga memiliki suasana yang sangat islami dimana terdapat poster-poster Islam atau asmaul husna di setiap dinding atau lorong rumah sakit. Selain itu, ketersediaan panduan yang wajib dilakukan pasien tata cara beribadah (antara lain shalat bagi yang sakit dan

tata cara bersuci), dan kewajiban menggunakan produk Halal yang mendapat sertifikat Halal, menggunakan obat yang tidak mengandung unsur haram yang mendapat persetujuan Dewan Pengawas Syariah, serta apabila dalam penggunaan obat yang ada mengandung unsur haram, wajib melakukan prosedur *informed consent*/persetujuan pasien jika dalam kondisi terpaksa (darurat).

Pengertian Rumah Sakit Islam menurut (Mukisi) atau asosiasi rumah sakit Islam Majelis Syuro Upaya Kesehatan Islam Seluruh Indonesia yaitu rumah sakit yang seluruh aktivitasnya berdasarkan tujuan syariah Islam pada prinsip Maqashid al-Syariah al-Islamiyah. Sertifikasi Rumah Sakit Syariah berfungsi sebagai sarana dakwah Islam, memberikan jaminan bahwa operasional rumah sakit dilaksanakan sesuai syariah sebagai pengelolaan manajemen dan pelayanan pasien, serta pedoman bagi pendiri dan pengelola rumah sakit sesuai prinsip syariah.

Rumah sakit terdahulu berbeda dengan sekarang, rumah sakit dahulu hanya mengutamakan kepentingan sosial daripada bisnis. Namun kini seiring dengan perkembangan zaman dan semakin berkembangnya rumah sakit yang dikelola oleh pihak swasta, sehingga kepentingan bisnis juga tidak dapat ditinggalkan. Rumah sakit swasta berharap akan adanya pendapatan dana untuk menutupi biaya operasional dan modal penyediaan fasilitas. Sistem pengelolaan rumah sakit yang lebih profesional, tidak berarti rumah sakit menghilangkan sifat sosialnya, namun tetap berjalan selaras antara keduanya yaitu social dan bisnis.

Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas Pelayanan merupakan suatu tingkatan dari sebuah keunggulan yang di harapkan serta pengendalian dari tingkatan dari

sebuah keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. (Arif : 2007 : 118). Kualitas pelayanan (*Service Quality*) dapat di artikan sebagai anggapan tentang suatu keunggulan kualitas suatu produk atau jasa layanan yang di harapkan (Tjiptono, 2000:61). Sehingga *Islamic Service Quality* merupakan keunggulan kualitas pelayanan produk atau jasa yang di harapkan sesuai dengan standar Islam atau sesuai dengan pedoman ajaran Islam mulai dari suasana dan penampilan dari rumah sakit serta karyawannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang diterima.

Selain kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan, perlu juga memperhatikan adanya citra merek atau citra perusahaan dimata pasien. Menurut Wells, Burnett, dan Moriarty :2000 yang dikutip (Antonio: 2012) pengertian Citra Merek adalah ragam konsumen memilih suatu merek dengan melalui kepribadian produk dan unsur identifikasi yang muncul dalam pikiran konsumen. Kepercayaan kepada suatu merek bisa di rasakan oleh konsumen yang merasa memiliki hubungan eksklusif dengan merek tersebut. Semakin tinggi kepercayaan terhadap suatu merek maka tingkat loyalitas konsumen terhadap produk tersebut akan semakin tinggi pula. Sehingga kepercayaan terhadap suatu merek menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas Ibanez *et al* dikutip Gecti dan Zengin (2013) dan Hafizah (2012). Menurut Mowen dan Minor dalam Antonio (2012) mengungkapkan bahwa loyalitas yaitu penilaian baik konsumen terhadap suatu merek dan akan berkomitmen pada merek tersebut untuk setia membelinya. Bila konsumen tidak memperoleh pengalaman yang puas terhadap merek tersebut,

maka konsumen akan berpaling ke merek lain sampai menemukan produk yang sesuai dengan kriterianya.

Jika harapan konsumen sesuai dengan yang dialami dan dirasakan, bahkan melebihi harapannya dapat dipastikan konsumen tersebut akan merasa puas. Bila harapan konsumen tidak sesuai dengan yang dialami dan dirasakan, misalnya pelayanan dari perawat yang diterimanya tidak ramah, tidak tanggap sudah dapat dipastikan konsumen tidak akan merasa puas. Persepsi pelanggan terhadap kepuasan merupakan penilaian subjektif dari hasil yang diperolehnya. Semua tindakan yang dilakukan untuk mengetahui harapan pelanggan tersebut adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam setiap perusahaan maupun organisasi.

Bukan hanya ibadah ritual semata yang diatur dalam agama Islam, Islam juga sebagai ideologi yang memiliki aturan kehidupan, termasuk salah satu didalamnya yaitu dibidang kesehatan yang wajib memperhatikan faktor ihsan dalam pelayanannya. Ibrahim (2009) menyatakan bahwa ada kewajiban tiga prinsip baku yang berlaku umum yang harus dipenuhi untuk setiap pelayanan masyarakat dalam aturan Islam: Pertama, sederhana dalam peraturan yang tidak dipersulit. Kedua, cepat dan tanggap dalam pelayanan. Dan Ketiga, profesional dalam memberikan pelayanan, yakni dikerjakan oleh orang yang kompeten dibidangnya dan amanah.

Penelitian ini di laksanakan di RSI Sultan Agung Semarang yang termasuk salah satu Rumah Sakit terbesar di Semarang, mempunyai jumlah tenaga keperawatan yaitu 118 perawat dan merupakan Rumah Sakit yang berdiri pada

tahun 1971, dan diresmikan pada tanggal 23 oktober 1975 sebagai rumah sakit tipe C (rumah sakit tipe madya). Kemudian pada tanggal 21 februari 2011 ditetapkan menjadi Rumah sakit yang terakreditasi kelas B dengan surat ketetapan (SK) No HK.03.05/15/513/2011. Setelah melakukan wawancara dengan pihak direktur RSI Sultan Agung Semarang, didapatkan bahwa jumlah keluhan pasien dari tahun ke tahun mengalami fluktuatif atau berubah-ubah. Persaingan yang semakin ketat serta pasien yang semakin berpengetahuan dan selektif untuk memilih, mewajibkan RSI Sultan Agung Semarang selaku salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, yang pertama harus diketahui apakah pelayanan yang telah diberikan kepada pasien selama ini telah sesuai dengan harapan pasien atau belum. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan oleh pasien.

Kualitas pelayanan yang baik adalah pelayanan yang memenuhi kebutuhan pasien dan keinginan pasien. Untuk melihat lebih rinci dapat kita lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 1. Keluhan pasien di RSI Sultan Agung Semarang

No	Keluhan	2013	2014	2015	2016
1	Pelayanan	100	185	200	180
2	Farmasi	21	19	23	27
	Jumlah	121	204	223	207

Sumber: Humas RSI Sultan Agung Semarang tahun 2017

Dari tabel 1.1 diatas, menunjukkan bahwa jumlah keluhan dari tahun 2013-2016 mengalami fluktuasi mulai dari pelayanan dan juga farmasi. Keluhan

terbanyak terdapat pada tahun 2015 dimana jumlah keluhan sebanyak 223 keluhan dari keluhan pelayanan sebesar 200 dan farmasi sebesar 23 keluhan. Suatu lembaga yang bergerak dibidang jasa pelayanan kesehatan memiliki masalah terbesar yaitu banyaknya pesaing yang ingin memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pasien dengan prinsip-prinsip syari'ah yang diberikan apakah sudah dirasakan atau belum. Sehingga, RSI Sultan Agung Semarang diharapkan untuk selalu menjaga kepuasan dan kepercayaan pasien dengan selalu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan agar tingkat kepuasan pasiennya meningkat pula.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat di ketahui bahwa fenomena atau permasalahan yang terjadi di RSI Sultan Agung Semarang yaitu terdapatnya pengaduan tentang kualitas pelayanan yang terdapat di Rumah Sakit dengan jumlah yang paling besar. Sehingga pihak RSI Sultan Agung Semarang harus kembali memperbaiki sistem pelayanan rumah sakit agar pengaduan tentang pelayanan tidak semakin naik dari tahun ke tahun.

Berdasarkan pada uraian di latar belakang di atas maka peneliti mengadakan penelitian dengan judul “**PENGARUH *ISLAMIC SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND TRUST* DAN *LOYALTY* (Studi pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang menjelaskan Kualitas pelayanan suatu lembaga penyedia jasa yang dilakukan dengan optimal kepada konsumen maka akan menimbulkan perasaan puas karena pasien merasa dilayani dengan baik. Gautama (2012) mengungkapkan Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka akan meningkatkan jumlah pelanggan yang sudah ada. Menurut Cornelia (2008) dalam penelitiannya menyatakan bahwa evaluasi konsumen terhadap kualitas layanan yang diterima dapat menghasilkan bentuk loyalitas konsumen yang apabila kualitas layanan ditingkatkan maka akan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang semakin meningkat. (Sunanto: 2008) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh atau hubungan yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan Fenomena dan research gap yang ada, maka dapat dirumuskan beberapa masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh antara *Islamic Service Quality* terhadap *Brand Trust* pada RSI Sultan Agung Semarang?
2. Bagaimana pengaruh antara *Brand Image* terhadap *Brand* pada RSI Sultan Agung Semarang?
3. Bagaimana pengaruh antara *Islamic Service Quality* terhadap *Loyalty* pada RSI Sultan Agung Semarang?

4. Bagaimana pengaruh antara *Brand Image* terhadap *Loyalty* pada RSI Sultan Agung Semarang?
5. Bagaimana pengaruh antara *Brand Trust* terhadap *Loyalty* pada RSI Sultan Agung Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh antara *Islamic Service Quality* terhadap *Brand Trust* pada RSI Sultan Agung Semarang.
2. Menganalisis pengaruh antara *Brand Image* terhadap *Brand Trust* pada RSI Sultan Agung Semarang.
3. Menganalisis pengaruh antara *Islamic Service Quality* terhadap *Loyalty* pada RSI Sultan Agung Semarang.
4. Menganalisis pengaruh antara *Brand Image* terhadap *Loyalty* pada RSI Sultan Agung Semarang.
5. Menganalisis pengaruh antara *Brand Trust* terhadap *Loyalty* pada RSI Sultan Agung Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap aktivitas dan kegiatan yang dilakukan dalam rangka mengadakan suatu penelitian pasti mempunyai tujuan dan manfaat baik itu bagi rumah sakit, pembaca maupun pihak lain yang terkait. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini digunakan sebagai bahan untuk mengembangkan mata kuliah manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan *Islamic service quality*, *brand image*, *brand trust* dan *loyalty*.

b) Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan untuk mendapatkan informasi mengenai sistem pelayanan kesehatan yang terjadi di lapangan yang dirasakan oleh masyarakat. Dari informasi ini dapat diketahui keluhan terhadap pelayanan yang selama ini telah dilaksanakan oleh pihak RSI Sultan Agung Semarang, dengan demikian dapat diambil langkah-langkah perbaikan untuk penyempurnaan sistem pelayanan jasa pada masyarakat.

c) Bagi Peneliti

Untuk menjadi bahan masukan dan referensi untuk penelitian berikutnya serta tambahan pengetahuan dalam penerapan teori yang telah didapat terutama mengenai *Islamic service quality*, *brand image*, *brand trust* dan *loyalty*.

d) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi yang bermanfaat dan dapat digunakan sebagai bahan kajian yang lebih mendalam bagi para peneliti selanjutnya.