

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah Sakit pada era globalisasi saat ini bukan hanya mengemban misi sosial. Aspek bisnis dalam pengelolaan suatu rumah sakit sudah menjadi konsekuensi wajar pada era globalisasi. Karena itu rumah sakit tidak perlu lagi mengesampingkan upaya untuk lebih mempromosikan diri. Perusahaan atau organisasi bisnis dalam hal ini industri rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan yang memiliki daya saing tinggi akan mampu mendominasi pasar (Widajat, 2009). Menurut UU.No 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit Pasal 1, Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah sakit tidak hanya berfungsi untuk kegiatan kuratif, tetapi merupakan tempat untuk meningkatkan status kesehatan individu, sehingga kualitas kesehatan dan hidup manusia Indonesia juga meningkat.

Pada dasarnya manusia tersusun dari dua unsur yaitu jasmani dan rohani. Jasmani adalah bentuk fisik atau lahiriah manusia yang disebut dengan raga. Sedangkan rohani adalah hakekat dan substansi manusia yang sering disebut jiwa atau roh (Sholeh dan Musbikin, 2005:33). Kedua duanya harus sehat, karena apabila manusia sedang sakit akan sangat berpengaruh pada kehidupannya, selain dia merasakan sakit juga membuat manusia tidak produktif lagi dan merasa kurang percaya diri. Orang sakit dengan kondisi seperti itu sangat memerlukan

bantuan yang tidak hanya bantuan fisik saja tetapi juga bantuan non fisik yang berupa bantuan spiritual atau bimbingan keagamaan.

Agama sebagai pedoman hidup bagi manusia telah memberikan petunjuk (hudan) tentang berbagai aspek kehidupan, termasuk pembinaan atau pengembangan mental (rohani) yang sehat (Yusuf dan Nurihsan, 2005: 137). Dalam pandangan Islam bukan semata memberikan panduan bagaimana secara fisik mengupayakan kesehatan jasmaninya melainkan kesehatan rohani juga, yang di dalam Islam sudah terdapat ajaran dan praktek-praktek praktis yang dapat membina jasmani dan rohani menjadi sehat. Sehat dalam pandangan Islam adalah keserasian antara aspek tubuh, aspek jiwa, aspek perasaan dan aspek akal pikiran. Dengan kata lain Islam tidak mengabaikan segi kejiwaan dalam mengobati dan menyembuhkan manusia untuk menjadi sehat lahir dan batin. Perhatian ilmuwan dibidang kedokteran umumnya dan kedokteran jiwa (psikiatri) khususnya terhadap agama semakin besar. Tindakan kedokteran tidak selamanya berhasil, seorang ilmuwan kedokteran berkata:“Dokter yang mengobati, tetapi Tuhan yang menyembuhkan” (Hawari, 1996: 13). Tidak hanya di dalam Islam, dalam Kristen juga mengakui kondisi jasmani dipengaruhi oleh kondisi rohani.

Sebagaimana yang penulis uraikan dimuka bahwa manusia terdiri dari dua unsur yaitu jasmani dan rohani. Dari keduanya inilah menunjukkan bahwa manusia tidak hanya memerlukan penanganan secara fisik saja, tetapi diperlukan pula dari sisi rohani, dan keduanya harus berjalan secara integral dan sinergis. Manakala manusia sakit, baik secara fisik (seperti: kanker, terserang infeksi pernafasan, jantung, darah tinggi, dan lain-lain) maupun secara rohani (seperti:

cemas, gelisah, stres, depresi, dan lain-lain) tentu ia akan berupaya untuk menanggulangnya serta berusaha untuk mengobatinya.

Rumah sakit merupakan salah satu alternatifnya, di rumah sakit ia akan mendapat perawatan serta pengobatan dari para perawat dan para dokter. Dadang Hawari (1996:18) menyebutkan bahwa dalam hal kemampuan penderitaan dan penyembuhan, ternyata mereka yang religius lebih mampu mengatasi dan proses penyembuhan penyakit lebih cepat. Untuk menumbuhkan sikap kereligiusan pasien maka diperlukan adanya bimbingan rohani bagi pasien di rumah sakit.

Bimbingan keagamaan bertujuan untuk memecahkan problem perseorangan dengan melalui peningkatan keimanan menurut agamanya (Arifin, 1994:19). Apabila pasien seorang muslim atau beragama Islam maka mendapat bimbingan dari Islam yang tugasnya sebagai juru pengingat(muzakkir) sebagai juru penghibur (mubassyer) hati duka. Sebagaimana firman Allah surat Al Imron ayat 159 yang menyatakan:

“Maka karena rahmat Allah, engkau (Muhammad) dapat bertindak lemah lembut kepada mereka (kaum kafir) dan jika engkau berlaku kasar dan keras hati maka mereka akan melarikan diri dari padamu, maka maafkanlah mereka dan mintakan ampun atas dosa-dosa mereka. Dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah mencintai orang yang bertawakkal”.

Ayat ini menunjukkan betapa tepatnya seorang rohaniawan membantu orang lain khususnya pasien untuk mendapatkan jalan pemecahan problema-problema hidup yang dialami. Dengan hati-hati dan tutur kata yang lemah lembut

serta penuh kasih sayang pasien akan memperoleh daya rohaniyah yang sejuk dan tentram dari padanya.

Sebaliknya pasien yang memeluk agama kristen mendapatkan bimbingan dari para pendeta atau pastor, yang bertugas memberikan pelayanan kepada mereka yang membutuhkan petunjuk dan bantuan nasihat keagamaan, sebagaimana disebutkan di dalam Amsal, 14:31, mat 10: 42.

“Bahwa menolong orang lain, mengurangi penderitaan mereka adalah pekerjaan yang mulia, dan sering kali merupakan langkah yang penting dalam penginjilan”.

Seorang pastur dalam keterangan diatas harus rajin berbuat baik, karena layanan rohani adalah bagian integral dari hidup rohaniawan. Prinsip untuk menolong orang lain ini harus dipupuk, dan harus menjadi semakin jelas bila kita tumbuh dalam iman kepada Tuhan Yesus (Collins, 1989:16).

Inilah yang telah diupayakan dan dilaksanakan serta diterapkan oleh Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang yang berupaya memberikan bantuan terhadap orang yang sakit (pasien) melalui pengobatan secara medis dan pelayanan spiritual atau bimbingan rohani. Dengan adanya santunan keagamaan yang dilakukan oleh rohaniawan diharapkan jiwa pasien akan tertanam perasaan tenang dan tentram.

Disamping itu masalah kesehatan bagi masyarakat telah menjadi suatu kebutuhan yang utama. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan prima. Seiring dengan keadaan sosial masyarakat yang semakin meningkat, dimana masyarakat semakin sadar akan kualitas, maka diperlukan peningkatan kualitas atau mutu pelayanan kesehatan

yang lebih berorientasi pada kepuasan konsumen. Hal ini berarti pelayanan kesehatan bukan hanya menyembuhkan, tetapi juga mampu memberikan kepuasan bagi konsumen serta pendampingnya. Kondisi ini berdampak pada pasar yang semakin terbuka dan persaingan yang semakin pesat, yang mana konsumen semakin kritis dan pandai memilih dan menilai suatu produk jasa. Sehingga kualitas produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu organisasi sangat penting dan menentukan kelangsungan hidup organisasi tersebut. Dalam menghadapi era desentralisasi dan globalisasi ekonomi, berbagai macam tantangan serta perubahan tentu dihadapi oleh rumah sakit. Perubahan epidemiologi penyakit, perubahan struktur demografis, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, perubahan sosio-ekonomi masyarakat semakin menuntut akan pelayanan kesehatan yang lebih berkualitas (Karyati, 2006).

Dewasa ini *brand* dan strateginya menjadi sebuah topik yang menarik sebagai sumber keunggulan perusahaan dalam menghadapi persaingan dan tuntutan dari pelanggan. Bagi perusahaan *brand* memiliki fungsi sebagai penghubung dan penjaga keharmonisan hubungan perusahaan dan pelanggan mereka (Wood, 2000 dalam Syamsiah, 2009). Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Martin (1998) menunjukkan merek merupakan simbol yang sangat mempengaruhi status dan harga diri konsumen. Suatu merek lebih mungkin dibeli dan dikonsumsi jika konsumen mengenali hubungan simbolis yang sama antara citra merek dengan citra diri konsumen (dalam Lutiary, 2007). Sikap dan tindakan konsumen untuk memilih pelayanan kesehatan yang dibutuhkan untuk dirinya dipengaruhi oleh citra merek. Menurut

Kotler dalam Simamora (2004), citra merek (*brand image*) adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap merek. Biel (1992) mengemukakan komponen brand image terdiri atas tiga yaitu citra pembuat (*corporate image*), citra pemakai (*user image*), dan citra produk (*product image*).

Menurut Maslina (2011), Salah satu pelayanan yang sangat penting dalam Rumah Sakit adalah pelayanan rawat jalan, dimana rawat jalan merupakan tulang punggung sistem pelayanan kesehatan karena perannya sebagai pintu gerbang pelayanan rawat inap dan pelayanan kesehatan lainnya. Selain itu menurut Hapsari (2006), Pelayanan kesehatan pasien rawat jalan kini merupakan salah satu pelayanan yang menjadi perhatian utama rumah sakit di seluruh dunia. Hal ini dikarenakan kecenderungan masyarakat mencari upaya pelayanan pengobatan yang praktis sekali datang dan pada hari itu pula memperoleh pelayanan yang lengkap (*one day care*). Oleh sebab itu para manajemen rumah sakit menyadari bahwa menetapkan sebuah posisi yang kuat dalam pasar rawat jalan adalah penting demi kelangsungan rumah sakit. Dengan demikian, para manajemen rawat jalan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat mempertahankan pelanggan yang telah ada.

Menurut Kotler (2003), biaya untuk mendatangkan pelanggan baru lebih besar dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada. Oleh karena itu akan jauh lebih baik bagi rumah sakit untuk mempertahankan pasien yang telah ada dengan menampilkan dan memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas sehingga mampu memberikan kepuasan kepada pasien. Dalam hal ini, menurut Solomon (1985) dalam Karyati (2006), perilaku pembeli dapat

dijadikan kiat dasar untuk menghubungkan kualitas pelayanan dan minat perilaku konsumen untuk menggunakan pelayanan yang sama. Pembeli yang merasa puas akan kualitas produk jasa yang mereka terima akan membeli ulang produk itu kembali. Karena Minat perilaku konsumen untuk membeli atau memakai jasa dari pemberi jasa yang sama sangat dipengaruhi oleh pengalaman kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan sebelumnya. Setelah menerima jasa pelayanan kesehatan, pasien akan membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan serta mereka akan menggunakan jasa itu kembali. Hal ini dapat dilihat dari tren rasio jumlah kunjungan pasien lama dengan total jumlah kunjungan (Rustiyanto, 2010).

Meningkatnya jumlah rumah sakit menjadi tantangan bagi pengelola rumah sakit karena menimbulkan persaingan yang cukup ketat. Rumah sakit yang memiliki pelayanan yang bermutu dan citra yang baiklah yang dapat bertahan dan unggul. Rumah sakit harus mampu menyediakan pelayanan yang berkualitas dengan harga bersaing dengan tujuan untuk tercapainya kepuasan pelanggan dan akan berefek pada timbulnya kesetiaan pelanggan serta peningkatan pertumbuhan dan keuntungan. Adanya persaingan tersebut maka citra sebagai salah satu penunjang perusahaan untuk menarik perhatian pelanggan harus diperhatikan. Perusahaan harus bekerja keras dalam membangun citra di mata masyarakat luas. Stephen et al., (2007), dan Khan (2012), menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara citra dengan kepuasan pelanggan. Citra sangat diperlukan dalam strategi pemasaran yang akan merangsang perilaku pembelian. Sebuah

produk/jasa yang terus-menerus memegang citra baik pada masyarakat akan mendapatkan posisi yang lebih baik di pasar, keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, meningkatkan pangsa pasar dan kinerja (Stephen, et al., 2007). Hasil penelitian Hsiung (2012) memberikan hasil bahwa citra yang menguntungkan (brand yaitu, toko / retail) akan menyebabkan loyalitas pada diri pelanggan.

Untuk mampu bertahan dan berkembang di era baru ini, Rumah Sakit memerlukan peningkatan terhadap proses penyediaan jasanya, agar mampu menghasilkan jasa kesehatan yang relevan sesuai syariat agama islam dengan tuntutan kebutuhan konsumen. Obyek dalam penelitian ini adalah Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang Jawa Tengah, RSI Sultan Agung Semarang pada awal berdirinya merupakan *Health Center* yang pada perkembangan selanjutnya ditingkatkan *Medical Center* Sultan Agung. RSI Sultan Agung merupakan lembaga pelayanan kesehatan masyarakat dibawah naungan Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung. RSI Sultan Agung Semarang yang terletak di jalan Raya Kaligawe Km. 4 yang berdekatan dengan terminal Terboyo dan pusat pertumbuhan industri. RSI Sultan Agung Semarang dibangun pada tahun 1971, yang diresmikan sebagai rumah sakit umum pada tanggal 23 Oktober 1973 dengan SK dari Menkes No. 1/024/ Yan Kes/1075 tertanggal 23 Oktober 1975 diresmikan sebagai rumah sakit tipe C (rumah sakit tipe Madya). Dalam beberapa tahun ini jumlah pasien di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang cenderung menurun, hal ini ditandai dengan berkurangnya jumlah pasien yang melakukan

pelayanan rawat jalan. Berikut ini adalah perkembangan jumlah pasien di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang tahun 2016-2019.

Tabel 1.1
Jumlah Pasien
Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang
Tahun 2016-2019

Tahun	Total	%
2016	148.243	-
2017	386.213	1,61
2018	231.235	(0,40)
2019	85.637	(0,63)

Sumber : Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang, tahun 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pasien selama tahun 2018 dan 2019 mengalami penurunan sebesar 0,40 dan 0,63 persen. Semakin berkurangnya jumlah pasien mengindikasikan kepuasan pasien semakin berkurang, sehingga minat ulang menggunakan jasa juga mengalami penurunan. Menurut prediksi peneliti faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan tersebut adalah kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Karena kedua faktor tersebut sangat berhubungan erat dengan kepuasan pasien dan minat kunjungan ulang. Meskipun juga tidak dipungkiri adanya faktor-faktor lain yang ikut serta mempengaruhi penurunan tersebut. Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas. Maka hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan bagi penulis, untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Model Peningkatan Minat Kunjungan Ulang Melalui Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan dengan Mediasi Kepuasan Holistic (Studi Kasus Pada Pasien Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan holistic?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap minat kunjungan ulang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan holistic?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan holistic terhadap minat kunjungan ulang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan holistic.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap minat kunjungan ulang.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan holistic.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan holistic terhadap minat kunjungan ulang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan dalam daftar kepustakaan serta tambahan informasi khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan personal dan kualitas layanan fisik terhadap kepuasan dan minat kunjungan ulang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Rumah Sakit

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam menganalisis citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam rangka membangun minat kunjungan ulang.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam menganalisis persoalan berdasarkan teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan dalam daftar kepustakaan serta tambahan informasi khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan personal dan kualitas layanan fisik terhadap kepuasan dan minat kunjungan ulang.