

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Era globalisasi memberikan suatu tantangan yang cukup signifikan bagi pelaku usaha. Hal ini dikarenakan kondisi ekonomi global yang penuh ketidakpastian. Sehingga menimbulkan persaingan yang tidak hanya terjadi pada penyedia barang saja tetapi juga terjadi pada perusahaan jasa. Dalam sektor jasa seperti jasa perbankan, komunikasi, perhotelan, asuransi, kesehatan baik rumah sakit, klinik ataupun puskesmas.

Salah satu yang penting bagi masyarakat adalah layanan kesehatan, karena kesehatan merupakan kebutuhan primer bagi masyarakat untuk menjalankan aktifitasnya. Oleh karena itu masyarakat semakin membutuhkan layanan kesehatan dengan fasilitas yang memadai sehingga menuntut rumah sakit untuk memberikan pelayanan yang berkualitas untuk menarik pelanggan. Ketertarikan pelanggan ini merupakan kebutuhan dan modal utama yang harus dikelola dengan baik untuk menimbulkan loyalitas dalam menggunakan jasa kesehatan tersebut.

Persaingan yang semakin kompetitif akan mengacu perusahaan untuk menciptakan loyalitas pelanggan untuk mendapatkan keuntungan (Fornell and Wernerfelt, 1987). Loyalitas adalah komitmen dari pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang dan konsisten dimasa yang akan datang walaupun adanya pengaruh pemasaran yang akan mengacu perubahan perilaku (Oliver dalam Hurriyati, 2005). Loyalitas lebih mengacu pada perilaku seseorang untuk

mengambil keputusan membeli barang/jasa secara terus menerus pada perusahaan yang dipilih. loyalitas pelanggan dapat dibangun melalui kepercayaan konsumen (Griffin, 2005).

Kepercayaan pelanggan menurut Farida Jasfar (2009) bahwa “Kepercayaan merupakan perekat yang memberikan peluang kepada perusahaan untuk mempercayai orang lain untuk mengorganisir dan mengoptimalkan sumber daya secara efektif dalam menciptakan nilai tambah”. Kepercayaan pelanggan menurut Parasuraman dalam Nor Asiah (2009) bahwa “Kepercayaan adalah prasyarat dalam sebuah jabatan di bagian pemasaran yang berfungsi memelihara hubungan baik dengan pelanggan dan penyedia jasa layanan, sebab pelanggan sering membuat keputusan pembelian sebelum mereka benar-benar mengalami layanan tersebut”. Untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan perusahaan harus mempunyai komitmen memberikan produk dan pelayanan yang baik.

Dalam menjalin hubungan jangka panjang komitmen antara kedua belah pihak mempunyai peran yang sangat penting (Dwyer et al. 1997, dalam Jasfar 2002). Definisi ini lebih menekankan bahwa pengertian komitmen dan unsur perilaku sebagai keinginan kedua belah pihak menjaga dan memperhankan hubungan yang bernilai. Selain itu perusahaan harus mampu menyelesaikan konflik. Konflik yang terjadi dapat menjadi kesempatan untuk membuktikan janji perusahaan terhadap konsumen dengan menyelesaikan konflik serta memperoleh informasi dari kesediaannya untuk mendiskusikannya. Kemudahan akses bagi pelanggan yang ingin menyampaikan keluhan mereka, kritik dan saran ini dibutuhkan organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer – oriented* )

(Tjiptono, 2007). Menurut Tjiptono dalam Wahjono (2010) komplain berdampak strategis terhadap perusahaan untuk menciptakan loyalitas.

Menurut Hatan Samuel (2012) bahwa kepercayaan konsumen mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan menurut Fasochah Harnoto (2013) kepercayaan dalam memberikan pelayanan tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pola pengelolaan rumah sakit saat ini telah mengalami perubahan terutama pada peningkatan mutu pelayanan kesehatan yang berkualitas sehingga memberikan kepuasan terhadap pasien dan kunjungan pasien juga akan meningkat..

Dilihat dari segi pertumbuhan jumlah rumah sakit swasta meningkat dengan pesat sehingga persaingan antar rumah sakit sangat ketat. Salah satunya adalah RSI Sultan Agung.

Rumah Sakit Sultan Agung (RSI-SA) Semarang merupakan RS yang menjadikan pelayanan islami sebagai ruh sekaligus sebagai unggulan dan pembeda dari rumah sakit yang lain. Mestinya sebagai RSI semua pihak yang terlibat mulai dari Direksi, Manajer, dan seluruh karyawan berupaya maksimal menjadikan setiap komponen dalam pelayanan yang meliputi sumber daya insani, sarana prasarana, peralatan, prosedur operasional serta manajemen harus diarahkan dan dijalankan sesuai dengan aturan islam dalam rangka menjalankan amanah Allah sesuai fungsi Rumah Sakit.

RSI Sultan Agung Semarang agar tetap melayani dengan sepenuh hati kepada pasien dengan mengutamakan pelayanan prima (*service excellence*) dalam

*one stop stop service*. Konsep one stop service didukung dengan sumber daya islami (SDI) yang handal serta peralatan canggih yang mengikuti perkembangan IPTEK. Berbagai macam jenis pelayanan dilakukan oleh pihak rumah sakit meliputi pelayanan yang bergerak di bidang pelayanan dan penunjang kesehatan. Namun tidak menutup kemungkinan dalam kegiatannya terdapat pelayanan dakwah. Adapun jenis pelayanannya sebagai berikut : (1) Rawat jalan, meliputi poliklinik umum untuk pemeriksaan kesehatan umum dilayani 24 jam, (2) poliklinik spesialis subspecialis yang meliputi : poliklinik kesehatan anak, poliklinik kebidanan dan kandungan, poliklinik THT, *healing center* (pusat pelayanan pendengaran), poliklinik syaraf, *acupuncture*, poliklinik penyakit dalam, poliklinik penyakit bedah, bedah umum, bedah *orthopedic*, penyakit mata dan poliklinik penyakit kulit dan kelamin, (3) instalasi gawat darurat, (4) klinik konsultasi gizi untuk ibu hamil, orang sakit, dan bayi sehat dan sakit, (5) Rawat inap, (6) pelayanan penunjang meliputi instalasi farmasi 24 jam, instalasi radiologi dan mobil *rontgen* keliling, laboratorium klinik *urine* analisa, *falces*, hematologi, kimia darah, mikrobiologi, dan patologi anatomi, *ambulance* sewa, perawatan jenazah, *ambulance* jenazah, konsultasi kerohanian, (7) *medical check up* ([www.rsisultanagungsemarang.co.id](http://www.rsisultanagungsemarang.co.id)). Berdasarkan data jumlah kunjungan poliklinik di RSI Sultan Agung Semarang dari rekam medik RISA sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah kunjungan pasien rawat jalan di RISA**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah kunjungan pasien</b>
Januari 2015	12541
Februari 2015	12336
Maret 2015	12932
April 2015	13508
Mei 2015	13088
Juni 2015	12394
Juli 2015	10340
Agustus 2015	14062
September 2015	13476
Oktober 2015	14825
November 2015	15190
Desember 2015	16002
Januari 2016	16720
Februari 2016	16822
Maret 2016	19089
April 2016	18953
Mei 2016	17823
Juni 2016	16026
<b>Jumlah</b>	<b>266127</b>

**Sumber : RISA, 2016**

Dari data diatas dapat diketahui bahwa RSI Sultan Agung Semarang dari tahun 2015-2016 jumlah kunjungan pasien rawat jalan mengalami fluktuasi. Ada beberapa kemungkinan yang menyebabkan jumlah pasien berfluktuasi antara lain karena kualitas pelayanan yang tidak memuaskan seperti penanganan medis yang lambat terhadap pasien dan kinerja tenaga medis yang tidak sesuai harapan sehingga berkurangnya kepercayaan pasien terhadap rumah sakit. Dengan itu akan terjadi kesenjangan antara penyedia jasa kesehatan dan harapan pasien yang akan menimbulkan ketidakpuasan dan keengganan pasien untuk tetap loyal terhadap Rumah Sakit.

Kepuasan dapat diciptakan dengan komitmen rumah sakit untuk memberikan pelayanan jasa kesehatan yang berkualitas, fasilitas yang baik,

lingkungan yang nyaman, biaya yang rendah, sikap yang tepat dari tenaga medis dan peralatan medis yang canggih. Apabila rumah sakit memberikan pelayanan berkualitas yang sesuai harapan pasien maka pasien akan melakukan word of mouth yang positif dan terbentuk image yang baik di masyarakat. Dengan citra rumah sakit yang baik akan mendukung kepercayaan pasien untuk menggunakan jasa layanan di RISA. Apabila mampu mempertahankan kepercayaan pasien dengan memberikan dan menawarkan layanan kesehatan yang berkualitas maka pasien akan loyal.

Komitmen dan *corporate image* merupakan faktor penting untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Melalui Komitmen dan *Corporate Image* Di Rumah Sakit Islam Sultan Agung (RSI-SA) Semarang”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Meningkatnya jumlah rumah sakit sehingga memaksa manajemen rumah sakit untuk lebih kreatif dan inovatif untuk menarik pelanggan. Ketertarikan merupakan kebutuhan yang sangat utama bagi setiap rumah sakit untuk menimbulkan loyalitas. Loyalitas dapat dibangun dengan kepercayaan konsumen terhadap rumah sakit tersebut. Dari latar belakang yang telah diuraikan “*bagaimana meningkatkan loyalitas pasien RISA*” sehingga permasalahan penelitian tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh komitmen terhadap kepercayaan pasien?
2. Bagaimana pengaruh *corporation image* terhadap kepercayaan pasien?

3. Bagaimana pengaruh komitmen terhadap loyalitas pasien?
4. Bagaimana pengaruh *corporate image* terhadap loyalitas pasien?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pasien?

### **1.3. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komitmen terhadap kepercayaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporation image* terhadap kepercayaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komitmen terhadap loyalitas.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporation image* terhadap loyalitas.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas.

### **1.4. Manfaat**

1. Manfaat teoritis

Salah satu bahan informasi atau bahan kajian untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Sebagai Sumber informasi untuk mengembangkan dan pertimbangan untuk lebih menetapkan strategi yang telah digunakan oleh perusahaan.

b. Bagi peneliti

Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah yang ada dalam masyarakat sebelum terjun ke dunia kerja sesungguhnya.

c. Pihak Lain

Dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.