

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, tingginya persaingan telah membawa pengaruh yang signifikan dalam dunia usaha, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Setiap pelaku usaha selalu diuntut untuk selalu mengembangkan strategi dalam melakukan pemasaran produknya. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing (Kholishudin, 2023).

Dalam menunjang kesehatan pada setiap masyarakat yang optimal, dilakukan berbagai upaya dan harus dilaksanakan, seperti penyelenggaraan pelayanan kesehatan umum. Penyelenggaraan pelayanan kesehatan untuk masyarakat umum, di tingkat desa adanya poliklinik desa (Polindes) dan Puskesmas pembantu (Pustu) kemudian di tingkat kecamatan di Indonesia adalah melalui pusat kesehatan masyarakat (Puskesmas) yang merupakan unit organisasi fungsional dinas kesehatan kabupaten/kota yang bersangkutan. Dan ditingkat daerah adanya rumah sakit umum Daerah. Setiap tingkat pelayanan kesehatan yang ada di desa sampai kabupaten/kota harus memperhatikan kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan (Al et al., 2022).

Peran strategi rumah sakit dalam meningkatkan kesehatan masyarakat tidak dapat diabaikan. Dalam bidang pelayanan ini, terjadi pergeseran paradigma yang menekankan pentingnya rumah sakit untuk menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta mematuhi standar profesi produk atau layanan etika medis. Kualitas menjadi elemen kunci dalam operasional suatu institusi. Gerakan revolusi mutu dengan pendekatan manajemen terpadu menjadi hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan jika ingin bertahan dan berkembang. Sengitnya persaingan ini mendorong penyedia layanan untuk menciptakan pelayanan terbaik.

Produk atau layanan terbaik dari sebuah perusahaan selalu menjadi incaran konsumen. Institusi atau lembaga penyedia jasa, terutama dalam bidang pelayanan kesehatan, menghadapi tantangan utama dalam bentuk persaingan yang semakin ketat. Maka, RS harus menjaga kepercayaan melalui peningkatan kualitas layanan guna memastikan kepuasan maksimal bagi konsumen. Pemahaman yang cermat dan kritis terhadap kebutuhan konsumen menjadi kunci penting bagi rumah sakit, karena hal ini merupakan cara untuk memenuhi harapan dan meningkatkan tingkat kepuasan terhadap layanan yang berikan (Due & Salsalbilah, 2023).

Kualitas produk/jasa yaitu keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk/jasa dapat digunakan untuk

memenuhi harapan pelanggan. Dimensi generik yang dilakukan oleh pelanggan untuk mengevaluasi kualitas layanan yaitu: *tangible* meliputi fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi; *reability* meliputi kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan, dapat diandalkan, dan akurat; *responsiveness* meliputi kesediaan untuk membantu pelanggan dan menyediakan prompt pelayanan; *assurance* meliputi kepercayaan, kejujuran kebebasan dari bahaya, resiko atau keraguan, memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan, kesopana, rasa hormat, pertimbangan, dan keramahan personel layanan; *empatyh* meliputi mudah didekati dan dikontak, mendengarkan pelanggan, menjaga agar mereka terinformasikan dalam bahasa yang bisa dimengerti, membuat upaya untuk mengenali pelanggan dan kebutuhan mereka (Triana helmawati, 2018).

Kualitas pelayanan rumah sakit di Indonesia masih dirasakan kurang memuaskan beberapa keluhan yang muncul disebabkan karena adanya perbedaan persepsi mengenai pelayanan yang dirasakan pasien. Keluhan terjadi bukan hanya pada aspek infrastruktur, tetapi juga pelayanan dari sumber daya manusianya. akses pasien untuk menempuh rumah sakit kadang-kadang tidak sesuai apa yang diharapkan pasien sehingga pasien dilayani sering kali sangat terlambat dan tidak sesuai dengan jadwal praktik yang ditetapkan. Keluhan maupun pengalaman yang dirasakan pasien

setelah menerima pelayanan merupakan suatu indikator kualitas pelayanan kesehatan perlu di perhatikan (Kahar, 2022).

Salah satu pelayanan yang sangat penting dalam rumah sakit adalah pelayanan rawat jalan, dimana rawat jalan merupakan tulang punggung sitem pelayanan kesehatan karena peranannya sebagai pintu gerbang pelayanan rawat inap dan pelayanan kesehatana lainnya. 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 dan praktis sekali datang dan pada hari itu pula memperoleh pelayanan yang lengkap (*one day care*). Oleh sebab itu para manajemen rumaha 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 (Hamidiyah, 2016)

Dalam praktek pemasaran sekarang ini *customer experinece* telah menarik perhatian banyak pelaku bisnis. Dimana saat ini pengalaman dianggap sebuah nilai tambah bagi konsumen yang berdampak pada naiknya pendapatan di perusahaan. Selain *customer experince*, *customer value* juga menjadi pengaruh terciptanya loyalitas pelanggan. Dengan meperioritaskan *customer experience* dan memperhatikan *customer value*, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang kuat

dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan (Setyowati, 2024).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Annisa, Suwandari, & Adi, 2019) mengatakan bahwa customer experience mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang. Lalu menyatakan bahwa variable *customer experience* mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel minat beli ulang, maka perusahaan harus dapat memberikan suatu pengalaman yang dapat memuaskan konsumen disesuaikan dengan indikator *Sense, Act, Feel, Relate, Think* dalam perusahaan itu sendiri maupun terhadap produk yang ditawarkan.

Berasal dari satu set interaksi antara pelanggan dan produk, perusahaan, atau bagian dari organisasi, yang menimbulkan reaksi. Pengalaman ini benar-benar pribadi dan menyiratkan keterlibatan pelanggan pada tingkat yang berbeda (baik secara rasional, emosional, sensorik, fisik, dan spiritual. Pengalaman pelanggan adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan sehingga mempengaruhi pelanggan untuk kunjungan kembali. (Malau et al., 2020)

Minat kunjung ulang bagi industri jasa merupakan hal yang sangat penting karena mempertahankan loyalitas konsumen jangka panjang adalah kesuksesan sebuah bisnis (chen&Cheng,2009). Salah satu faktor yang dianggap menunjang minat konsumen untuk menggunakan

jasa tertentu yaitu citra merek. Menurut Andreassen dan Lindestad (1998), citra merek dapat mempunyai pengaruh langsung maupun tak langsung terhadap loyalitas. Diantara faktor lainnya yaitu kepuasan. Konsumen yang puas cenderung akan memanfaatkan pelayanan lebih sering dibanding yang tidak puas (Bolton&Lemon,1999), mereka menunjukkan minat beli ulang yang kuat, dan akan merekomendasikannya kepada orang lain (Zeithaml et al,1996). Selain citra merek dan kepuasan, juga disebutkan adanya faktor *customer perceived value*. Bagaimanapun, menurut Sanchez (2003), salah satu tujuan dasar marketing adalah untuk menentukan nilai-nilai (*value*) konsumen dan untuk menggabungkan nilai-nilai tersebut ke dalam program-program marketing untuk meningkatkan loyalitas (Kurniawan, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Laiza Faaghna dan Ratni Prima Lita (2019) melakukan analisis faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali pasien ke RSI Ibnu Sina Padang. Hasilnya menunjukkan bahwa minat kunjungan pasien rawat jalan di rumah sakit ibnu sina dipengaruhi oleh sejumlah faktor kunci, yaitu pengalaman positif selama kunjungan sebelumnya, termasuk mutu pelayanan medis dan hasil perawatan yang memuaskan, mendorong minat pasien untuk kembali. Keterjangkauan layanan, kenyamanan fasilitas, dan lingkungan yang bersih dan aman juga menjadi pertimbangan penting. Selain itu, aspek ketepatan waktu dan efesiensi pelayanan, komunikasi

yang baik, serta ketersediaan layanan tambahan seperti konsultasi online dapat di rumah memperkuat minat pasien. Presepsi tentang kesinambungan perawatan, pelayanan yang humanis yang empatik, dan respons terhadap umpan balik pasien juga berperan dalam membentuk hubungan yang erat antara rumah sakit dan pasien, memotivasi mereka untuk kembali mencari perawatan kesehatan di rumah sakit (Faaghna et al., 2019) .

Hasil observasi awal yang dilakukan terhadap 12 orang responden dari 12 orang responden ada 9 orang responden mengungkapkan bahwa pasien merasa kurang puas dengan kualitas pelayannya seperti lamanya ketanggapan petugas kesehatan pelayanan di instalasi rawat jalan RSUD Labuang Baji yang disebabkan oleh penerimaan pasien dalam jumlah besar setiap harinya dengan jumlah petugas terbatas, sehingga respon petugas melambat karena mereka harus menangani banyak pasien sekaligus. sehingga menyebabkan terputusnya pelayanan pasien. dan pasien juga tidak nyaman dengan fasilitas yang ada di ruang tunggu dikarenakan tempat duduk yang keras sehingga pasien merasa kurang nyaman dalam menunggu apalagi dengan waktu yang sangat lama. sementara itu, terkait *Customer Experience* dari 12 orang responden ada 5 orang responden yang merasa ingin selalu berobat dan akan menginformasikan dikerabatnya dikarenakan rumah sakit Labuang Baji terlihat sangat bersih dan sikap ramah dan empati dari petugas menyebabkan pasien ingin berkunjung kembali

dirumah sakit. namun 7 orang lainnya mengungkapkan akan ingin berganti rumah sakit jika pelayanannya begitu terus dikarenakan pasien tidak cocok dengan produk dan jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan data awal Rumah Sakit Labuang Baji yang di peroleh 3 bulan terakhir, pada bulan September 2024 pasien rawat jalan sebanyak 5971 pasien, pada bulan oktober 2024 pasien rawat jalan sebanyak 5749 pasien, dan pada bulan november 2024 pasien rawat jalan sebanyak 5813 pasien. bisa disimpulkan dari data 3 bulan terakhir pengunjung yang berada di rumah sakit labuang baji mengalami penurunan, kemungkinan adanya ketidak nyamanan dalam pelayanan kesehatan.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan dan customer experience tarhadaap minat berkunjung kembali pasien instalasi rawat jalan di rumah akit Labuang Baji

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada Hubungan Ketanggapan dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji
2. Apakah ada HubunganJaminan dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji
3. Apakah ada Hubungan Bukti Fisik dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji

4. Apakah ada Hubungan Empati dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji
5. Apakah ada Hubungan Kehandalan dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji
6. Apakah ada hubungan *Customer Experience* dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui hubungan kualitas Pelayanan dan *Customer Experience* dengan minat kunjungan kembali pasien rawat jalan di RS Labuang Baji

2. Tujuan khusus

- 1) Mengetahui hubungan Ketanggapan dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji
- 2) Mengetahui hubungan Jaminan dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji
- 3) Mengetahui hubungan Bukti Fisik dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji
- 4) Mengetahui hubungan Empati dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji
- 5) Mengetahui hubungan Kehandalan dengan minat berkunjung kembali pasien rawat jalan di rumah sakit Labuang Baji

- 6) Mengetahui hubungan *customer experience* dengan minat berkunjung kembali pasien instalasi rawat jalan di rumah sakit Labuag Baji

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil dari peneliti ini di harapkan dapat menambah pengetahuan wawasan, dan pengalaman bagi peneliti untuk melatih kemampuan diri dalam melakukan penelitian. Serta dapat mengimplementasikan berbagai ilmu yang telah diperoleh sebagai bekal di masa depan.

2. Manfaat Bagi RS

Salah satu bahan masukan bagi rumah sakit Labuang Baji sebagai acuan pembenahaan dalam pelayanan untuk meningkatkan kualitas layanan untuk mempengaruhi *customer experience* dalam peningkatan kunjungan kembali

3. Manfaat Teoritis

Peneliti ini dapat menambah pengetahuan, wawasan serta menjadi rujukan bagi peneliti lain dan juga dapat referensi mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan *Customer Experience* terhadap minat kunjungan kembali pasien rawat jalan di Rumah Sakit Labuang Baji