

# BAB I

## PENDAHULUAN

Seiring dengan tingginya kebutuhan terhadap pelayanan jasa dibidang kesehatan yang di inginkan oleh masyarakat Padang, maka banyak rumah sakit yang berlomba-lomba untuk meningkatkan pelayanan jasanya kepada pasiennya. Perkembangan dan kemajuan pelayanan kesehatan dapat kita lihat dengan semakin banyaknya berdiri rumah sakit yang memberikan pelayanan dengan kuallitas maksimal kepada para pelanggannya. Dalam kegiatan pemasaran berbagai masalah akan timbul seperti perkembangan produk yang beraneka ragam, dan meningkatnya selera konsumen terhadap pelayanan jasa terutama untuk bidang kesehatan. Dalam menghadapi masalah yang datang dari berbagai arah, perusahaan harus dapat meningkatkan efektifitas seluruh pengelolaan perusahaan dalam menangani pemasaran produk. Suatu perusahaan yang ingin berkembang dan cepat mencapai tujuan, perusahaan diharapkan harus dapat memuaskan keinginan konsumen dengan proses pertukaran, sesuai dengan konsep pemasaran.

Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen perlu adanya proses pertukaran yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam penilaian keberhasilan pemasaran. Agar pertukaran yang dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan maka perlulah suatu kebijaksanaan dalam melaksanakan kegiatan promosi agar produk yang dihasilkan dapat diketahui, menarik hati konsumen, dan mendorongnya untuk segera memutuskan membeli produk yang di tawarkan.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan dari pada pesaingnya. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap perilaku pembelian yaitu melalui kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada perusahaan, kualitas pelayanan penting dikelola perusahaan dengan baik. Pelayanan adalah salah satu keunggulan kompetitif yang dapat diciptakan perusahaan dengan cara memfokuskan bisnisnya pada kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas pelanggan, dimana pelanggan akan setia mengkonsumsi atau menggunakan jasa perusahaan terus menerus. Kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan. Sehingga pada akhirnya konsumen tersebut akan merekomendasikannya kepada orang lain.

Kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Semen Padang belum tentu sama dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang terbaik menurut Rumah Sakit Semen Padang belum tentu terbaik menurut pelanggan, sehingga muncul kesenjangan antara kualitas pelayanan yang benar-benar diterima dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Kesadaran akan pentingnya pelayanan menyebabkan perlunya evaluasi strategi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui seberapa baik *service* yang diberikan kepada pelanggan. Disadari atau tidak, pengharapan pelanggan atas produk atau jasa yang

diterima makin tinggi sehingga menuntut pelayanan yang dapat memenuhi harapannya ketika mengkonsumsi jasa atau produk tersebut. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperbaiki kualitas pelayanan (*servicequality*).

Sebagai organisasi yang bergerak di bidang pelayanan jasa maka permasalahan di atas juga pasti akan dihadapi oleh Rumah Sakit Semen Padang. Apalagi keberadaan Rumah Sakit Semen Padang bukanlah satu-satunya tempat pelayanan jasa kesehatan yang ada di Kota Padang, melainkan masih banyak lagi Rumah Sakit lain yang juga bergerak di bidang kesehatan.

Untuk itu diperlukan kerja keras dan usaha-usaha yang nyata guna menjaga pelanggan agar tetap memilih produk maupun jasa yang dihasilkan oleh Rumah Sakit Semen Padang dan pelanggan merasa puas sehingga tidak berpindah ke tempat pelayanan kesehatan yang lain. Hal ini sesuai dengan konsep pemasaran yang menyebutkan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberi kepuasan secara lebih efisien dan efektif dari pada yang diberikan oleh pesaing.

Rumah Sakit Semen Padang memiliki perjalanan sejarah yang berawal dari sebuah klinik yang dibentuk pada tahun 1970. Klinik tersebut adalah klinik kesehatan PT Semen Padang dan kemudian berubah menjadi unit biro kesehatan.

Seiring dengan kebutuhan akan layanan kesehatan, maka pada tahun 1997, unit biro kesehatan berkembang menjadi Rumah Sakit Semen Padang. Peran sebagai rumah sakit mulai dijalankan oleh manajemen ini. Tidak cukup sampai

disitu, manajemen terus membuat pengembangan dengan melakukan perubahan badan hukum yayasan Rumah Sakit Semen Padang pada tahun 2009.

Sebagai bukti kinerja layanan yang berstandar kepada pasien, pada tahun 2012 Rumah Sakit Semen Padang sudah lulus penuh 3 tahun akreditasi nasional dengan lima bidang pelayanan kepada pasien. Dengan makin baiknya perkembangan Rumah Sakit Semen Padang tersebut maka bagaimana dengan pelayanan yang di berikan kepada konsumen, apakah sesuai dengan predikat yang di dapatnya?

Berdasarkan argumentasi tersebut, penulis mengambil judul “Aktivitas Pelayanan Jasa Dan Strategi pelayanan jasa Kesehatan Semen Padang Hospital”.

### 1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mencoba meneliti :

1. Bagaimanakah bauran pemasaran jasa pada Rumah Sakit Semen Padang?
2. Bagaimana strategi pelayanan jasa pada Rumah Sakit Semen Padang?
3. Apakah kendala dan solusi dalam pelaksanaan bauran pemasaran jasa dan strategi pelayanan jasa?

### 1.2 Tujuan Penelitian

Melihat dari rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin di capai dalam proposal magang ini adalah:

1. Untuk mengetahui Bauran pemasaran jasa semen padang hospital.
2. Untuk mengetahui strategi pelayanan jasa semen padang hospital.

3. Untuk mengetahui kendala dan solusi pelaksanaan aktivitas dan strategi pemasaran jasa.

### 1.3 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat :

1. Bagi perusahaan

Dapat dijadikan sumber informasi bagi pihak Semen Padang Hospital dalam usahanya meningkatkan pemasaran jasa bagi konsumen.

2. Bagi peneliti

Dapat menerapkan dan ilmu yang diperoleh di lapangan sehingga memiliki mental untuk memasuki dunia kerja.

3. Bagi pihak lain

Menjadi bahan referensi atau literature bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian dalam membahas masalah yang sama.

### 1.4 Waktu dan Lokasi Penelitian

Kuliah Kerja Praktek (KKL)/magang ini dilaksanakan di Semen Padang Hospital dalam 40 hari kerja dari tanggal 5 Januari sampai dengan 27 Februari 2015.

### 1.5 Sistematika Penulisan Laporan

#### BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, waktu dan lokasi penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini penulis membahas tentang kajian teori, hasil penelitian yang relevan, dan kerangka berfikir.

## **BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN**

Metodologi penelitian membahas tentang waktu dan wilayah penelitian, metode penelitian, variabel-variabel operasional, variabel populasi, sampel data dan sumber data serta teknik analisa data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang profil objek penelitian perusahaan, mengenai bauran pemasaran jasa, strategi pelayanan jasa serta kendala dan solusi dalam pelaksanaan bauran pemasaran jasa dan strategi pelayanan jasa pada Rumah Sakit Semen Padang.

## **BAB V PENUTUP**

Merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran dari hasil penelitian.

