

# BAB 1: PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Keberagaman layanan kesehatan mempengaruhi pilihan pasien untuk memilih kembali fasilitas kesehatan yang memberikan pengalaman positif, baik dari segi kualitas layanan, kenyamanan dan kesesuaian biaya yang menimbulkan kepuasan dan berdampak pada loyalitas pasien.<sup>(1),(2)</sup> Loyalitas pasien pada suatu institusi kesehatan berguna untuk menciptakan stabilisasi pendapatan, membangun citra yang positif dan mendukung keberhasilan program kesehatan dalam jangka panjang.<sup>(3)</sup>

Salah satu layanan yang sering dimanfaatkan masyarakat adalah pelayanan rawat jalan. Kunjungan rawat jalan pada fasilitas kesehatan di Indonesia dalam sebulan terakhir berdasarkan BPS Indonesia tahun 2021 dan 2023 mengalami penurunan sedangkan pada tahun 2022 mengalami peningkatan. Tahun 2021 jumlah kunjungan rawat jalan di Indonesia adalah 40,47% selanjutnya tahun 2022 sebanyak 43,06% dan tahun 2023 sebanyak 35,16%. Hal ini juga terjadi di Provinsi Sumatera Barat, pada tahun 2021 jumlah kunjungan rawat jalan di Sumatera Barat adalah 55,2% selanjutnya pada tahun 2022 sebanyak 59,07% dan tahun 2023 sebanyak 45,15%.<sup>(4)</sup>

Fluktuasi jumlah kunjungan pasien merupakan cerminan dinamika interaksi antara penyedia layanan dan masyarakat. Pasien akan membandingkan layanan yang diterimanya dengan layanan yang diharapkannya, kemampuan menarik dan mempertahankan pasien adalah fungsi yang tidak berasal dari pelayanan itu sendiri, bergantung bagaimana membangun hubungan kuat melalui pengalaman pasien, yang mendorong timbulnya pandangan baik dan terciptanya loyalitas pasien.<sup>(5),(6)</sup>

Sebagai Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) dan garda terdepan pada pelayanan kesehatan dasar, puskesmas perlu mempertahankan loyalitas pasien agar

mampu menjangkau semua lapisan masyarakat, mendukung keberhasilan program promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif. Bukti menunjukkan bahwa peningkatan akses ke puskesmas dapat mengurangi biaya perawatan kesehatan, rawat inap, dan kunjungan ke unit gawat darurat, sehingga pelayanan yang prima menjadi tolak ukur dalam melakukan kunjungan ulang ke puskesmas.<sup>(7)</sup>

Dilihat dari fenomena FKTP di Indonesia pada tahun 2023 sebanyak 54,37% masyarakat lebih banyak memanfaatkan pelayanan rawat jalan di klinik dan praktik dokter/bidan sedangkan di puskesmas sebanyak 28,83%.<sup>(8)</sup> Pada Provinsi Sumatera Barat, tahun 2022 sebanyak 44,34% masyarakat memilih klinik dan praktik dokter/bidan dan 44,14% memilih puskesmas sebagai tempat rawat jalan.<sup>(9)</sup> Namun tahun 2023 kunjungan rawat jalan ke puskesmas menurun menjadi 30,50% sedangkan kunjungan ke klinik dan praktik dokter/bidan meningkat menjadi 51,4%.<sup>(10)</sup>

Puskesmas harus mampu membedakan diri melalui pelayanan yang unggul sehingga dapat memastikan keberlanjutan layanan kesehatan yang berkontribusi secara optimal pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.<sup>(11)</sup> Sejalan dengan pendapat Lovelock dan Wirtz (2011) loyalitas pelanggan berguna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan berkompetisi pada hal persepsi, pelanggan yang loyal akan mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide kepada perusahaan.<sup>(12)</sup> Dalam membentuk loyalitas pasien, penyedia jasa layanan perlu menyiapkan strategi pemasaran sesuai dengan aspek keinginan, kebutuhan dan permintaan, Strategi yang bisa digunakan adalah konsep bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan alat komunikasi yang terorganisir dalam mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>(11)</sup>

Bauran pemasaran mencakup 7 P yaitu *price* (harga), *product* (produk), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses), *promotion* (promosi), dan *physical*

*evidence* (bukti fisik). Harga pada puskesmas untuk pasien umum ditentukan oleh peraturan masing-masing daerah misalnya tarif layanan pada Puskesmas di Kabupaten Sukabumi diatur dalam Perda No 4 Tahun 2023.<sup>(13),(14)</sup> Kota Padang diatur dalam Perda Kota Padang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.<sup>(15)</sup> Sedangkan tarif layanan pasien JKN di ditetapkan oleh BPJS Kesehatan. Sehingga harga tidak menjadi permasalahan besar untuk mendapatkan pelayanan kesehatan di puskesmas, penelitian Fidia tahun 2021 mengemukakan bauran pemasaran *price* tidak berhubungan positif terhadap keputusan pasien memilih layanan kesehatan di Unit Rawat Jalan Puskesmas Purwoharjo Comal Kabupaten Pematang.<sup>(11)</sup>

Produk berupa variasi dan nilai manfaat yang diperoleh dalam pelayanan kesehatan, permasalahan yang sering terjadi berupa ketidaklengkapan sarana prasarana dan alat yang tidak memadai. sesuai penelitian Kevin tahun 2024, bauran pemasaran produk memiliki hubungan positif dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit TNI AU Lanud EL Tari.<sup>(16)</sup> Tempat berupa lokasi, akses, lingkungan pelayanan kesehatan, namun masalahnya posisi yang jauh, akses jalan yang kurang memadai dan petunjuk arah ruangan yang tidak jelas, penelitian Umy tahun 2021 bahwa bauran pemasaran tempat berhubungan dengan minat kunjungan ulang di balai kesehatan masyarakat.<sup>(17)</sup> Orang adalah interaksi dan kemampuan memberikan pelayanan kepada pasien. Kurang ramah dan responsifnya petugas dalam memenuhi kebutuhan pasien, berdampak pada rendahnya kepercayaan terhadap layanan kesehatan, penelitian tahun 2022 oleh Permatasari menyatakan ada hubungan persepsi bauran pemasaran orang dengan loyalitas pasien rawat jalan di RS Umum Kambang Jambi.<sup>(18)</sup> Proses berupa prosedur, mekanisme dan aktivitas pada layanan kesehatan, jika pelayanan membutuhkan waktu yang lama, berdampak pada persepsi pasien terhadap kualitas layanan, sesuai dengan penelitian Kamalin tahun 2024 terdapat

hubungan persepsi bauran pemasaran proses terhadap loyalitas pasien poliklinik (Non-JKN) Di Rumah Sakit Adi Husada Kapasari.<sup>(19)</sup> Promosi adalah alat pemasaran untuk menyampaikan informasi agar pasien mengetahui pelayanan kesehatan yang tersedia di fasilitas kesehatan, permasalahannya adalah tidak sesuai informasi yang disampaikan dengan pelayanan yang diberikan dan kurang memanfaatkan media promosi.<sup>(20)</sup> Penelitian Daniawati tahun 2023 menyatakan adanya hubungan positif antara bauran pemasaran termasuk bauran promosi dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Tanjungsiang.<sup>(21)</sup> Bukti fisik berupa kondisi fisik puskesmas yang membuat pasien senang, jika tampilan fisik kurang menarik dan kondisi toilet yang tidak bersih, akan mempengaruhi kenyamanan pasien, Penelitian Salsabila Aulia tahun 2024 menyatakan tidak adanya pengaruh antara bauran pemasaran dengan loyalitas pasien di Puskesmas Samarinda.<sup>(20)</sup>

Strategi bauran pemasaran merupakan konsep inti dari teori pemasaran untuk menyampaikan informasi secara menyeluruh, memperkenalkan produk dan layanan, menumbuhkan minat konsumen dan menciptakan preferensi serta citra dari produk.<sup>(22)</sup> Semua elemen bauran pemasaran memiliki keterkaitan sesuai dengan karakteristik segmen pasar yang spesifik sehingga membangun hubungan baik dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.<sup>(23),(21)</sup> Bauran pemasaran yang optimal diharapkan mampu meningkatkan persepsi pasien dengan penilaian pasien terhadap jasa yang ditawarkan. termasuk kegiatan merencanakan pelayanan, proses pelayanan, komunikasi, promosi dan lingkungan pelayanan. Melalui bauran pemasaran puskesmas, konsumen memiliki pengetahuan terhadap pilihan layanan puskesmas yang diinginkan, sehingga dapat meningkatkan kunjungan layanan dan capaian program kesehatan.<sup>(24)</sup>

Kepuasan juga menjadi faktor yang berhubungan dengan loyalitas pasien rawat jalan, menurut Oliver (1980) ketika pasien sudah merasa puas akan pelayanan yang

didapatkan, maka akan kembali melakukan pelayanan berbeda dan merekomendasikan kepada orang lain. Didukung pendapat Fullerton (2011) bahwa kepuasan sebagai salah satu hasil yang diharapkan konsumen untuk direalisasikan dalam situasi pertukaran. Menurut Peraturan Kemenkes RI No 30 tahun 2022 tentang indikator nasional mutu pelayanan kesehatan untuk kepuasan pasien yaitu diatas 76,61%.<sup>(25)</sup>

Tahun 2023 seluruh Puskesmas di Kota Padang sudah mencapai target tersebut, namun pada Puskesmas Ambacang masih terdapat permasalahan pada beberapa indikator kepuasan seperti kurang sesuainya produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan, waktu dalam pelayanan cukup lama dan prosedur pelayanan yang cukup sulit.<sup>(26),(27)</sup> Sejalan dengan studi pendahuluan di Puskesmas Karang Jaya oleh Widiyanto tahun 2024 pada 80 responden terdapat 65% puas terhadap layanan Puskesmas Karang Jaya dan 35% tidak puas, hal ini disebabkan oleh keterbatasan fasilitas yang tersedia, obat-obatan tidak mencukupi, dan kesenjangan pemeriksaan oleh petugas kesehatan.<sup>(28)</sup>

Kepuasan pasien merupakan perwujudan loyalitas pasien dalam menggunakan pelayanan kesehatan, loyalitas pasien diperoleh dengan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan serta mempertahankannya dalam jangka panjang, loyalitas menjadi bukti bahwa pasien senantiasa menjadi pelanggan yang berdaya dan bersikap positif yang menjadi tugas utama pengelola pelayanan kesehatan.<sup>(29),(30)</sup> Sesuai dengan penelitian Zulfikar tahun 2024 menyatakan kepuasan berhubungan positif dengan loyalitas pasien di Puskesmas Rusunawa Kota Bandung.<sup>(31)</sup>

Kota Padang saat ini memiliki 24 Puskesmas, 94 unit klinik pratama dan 76 praktek perorangan. Data dari Dinkes Kota Padang, jumlah kunjungan dari tahun 2021 sampai 2023 terjadi peningkatan pada pasien rawat jalan ke FKTP yaitu tahun 2021 sebanyak 1.575.564 kunjungan, lalu pada tahun 2022 memiliki jumlah sebanyak

2.615.382 kunjungan dan tahun 2023 sebanyak 3.491.109 kunjungan. Namun terjadinya peningkatan kunjungan di Kota Padang tidak sesuai dengan kunjungan pasien rawat jalan di masing-masing puskesmas yaitu dari 24 puskesmas yang ada di Kota Padang terdapat 8 puskesmas yang mengalami penurunan kunjungan.<sup>(32),(33),(34)</sup>

Puskesmas Ambacang merupakan salah satu puskesmas yang mengalami jumlah penurunan kunjungan rawat jalan selama beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2021 jumlah kunjungan lama di Puskesmas Ambacang sebanyak 62.133 kunjungan lalu pada tahun 2022 menurun menjadi 55.852 kunjungan, tahun 2023 menurun menjadi 51.807 kunjungan. Begitupun tahun 2024 menurun menjadi 36.544 kunjungan pasien rawat jalan. Kunjungan lama pada tahun 2022 mengalami penurunan sebanyak 6.281 kunjungan dari tahun 2021, tahun 2023 Puskesmas Ambacang mengalami penurunan sebanyak 4.045 kunjungan dari tahun 2022 dan tahun 2024 puskesmas mengalami penurunan sebanyak 15.263 kunjungan dari tahun 2023. Kunjungan baru di Puskesmas Ambacang juga mengalami penurunan pada tahun 2024 berjumlah 2.365 kunjungan turun dari tahun 2023, 2022 dan 2021. Masing-masing berjumlah 14.604, 21.731 dan 42.181 kunjungan.<sup>(26),(35),(36),(37)</sup>

Dalam Peraturan Wali Kota Padang no. 4 tahun 2020, target pencapaian minimal angka *visite rate* Puskesmas di Kota Padang yakni 2,2.<sup>(38)</sup> Dan target Dinas Kesehatan Kota Padang untuk setiap Puskesmas dari tahun 2021 sampai 2023 meningkat 0,2 setiap tahunnya dan tahun 2024 meningkat 0,1. Pada Puskesmas Ambacang angka *visite rate* mengalami penurunan dan belum mencapai target yang ada. Tahun 2021 baru mencapai 2,0, tahun 2022 menurun hingga 1,6 tahun 2023 menurun hingga 1,3 dan tahun 2024 yaitu 0,8.<sup>(26),(35),(36),(37)</sup>

Angka kunjungan menjadi indikator dalam peningkatan layanan kesehatan masyarakat, menurunnya kunjungan menandakan terjadinya penurunan penggunaan

layanan berulang, hal ini menjadi tolak ukur loyalitas pasien rawat jalan. Sehingga disimpulkan masih rendahnya loyalitas pasien rawat jalan pada Puskesmas Ambacang yang dapat memberikan dampak menurunnya capaian kinerja puskesmas.<sup>(24)</sup> Seperti capaian kinerja pada pelayanan K1 ibu hamil dengan standar 90% namun pada tahun 2023 pelayanan K1 mencapai 88.5% dan menurun tahun 2024 menjadi 84%. Lalu pelayanan KF lengkap yang targetnya 88%, namun tahun 2023 baru mencapai 77,3% dan menurun pada tahun 2024 menjadi 49,6%. Serta *skrining* lansia sesuai standar dengan target 100% dan tahun 2023 sudah mencapai 83,6% namun menurun tahun 2024 hanya 60,7%.<sup>(39),(40)</sup>

Berdasarkan survei awal pada sepuluh pasien rawat jalan di Puskesmas Ambacang terkait unsur bauran pemasaran sebanyak 60% pasien menyatakan bahwa kebutuhan produk belum maksimal dalam mengatasi permasalahan kesehatan masyarakat. Pada segi lokasi 60% pasien menyatakan lokasi Puskesmas Ambacang strategis, Dari segi orang, 70% pasien menyatakan sikap petugas tidak sesuai harapan. Pada aspek proses, sebanyak 60% pasien menyatakan waktu tunggu pelayanan lama. Sebanyak 60% pasien menyatakan Puskesmas Ambacang memberikan informasi tentang layanan yang tersedia. Dari segi bukti fisik, 60% pasien menyatakan ruangan pelayanan dalam keadaan bersih. Pada aspek harga 80% pasien menyatakan biaya pelayanan sesuai dengan kemampuan. Sebanyak 70% pasien kurang puas dalam pelayanan di Puskesmas Ambacang.

Puskesmas sebagai pelayanan primer berperan dalam menciptakan kepuasan pasien melalui peningkatan pelayanan sesuai keinginan, permintaan dan kebutuhan masyarakat. Unsur bauran pemasaran berfungsi unruk mengkomunikasikan informasi tentang layanan dalam menarik dan mempertahankan pasien, sehingga pasien merasa puas dan terciptanya loyalitas pasien serta meningkatnya capaian program kesehatan.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik mengetahui “**Hubungan Bauran Pemasaran dan Kepuasan dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Puskesmas Ambacang Kota Padang Tahun 2025**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Kunjungan pasien ke Puskesmas Kota Padang tahun 2021-2023 mengalami peningkatan jumlah kunjungan, hal ini tidak tercermin dalam kunjungan pasien di puskesmas setempat. Realisasi kunjungan pasien rawat jalan di Puskesmas Ambacang pada tahun 2021-2024 mengalami penurunan dibandingkan dengan layanan kesehatan lainnya dan angka *visite rate* nya 0,8 pada tahun 2024, ini menunjukkan terjadinya penurunan loyalitas pasien. Oleh karena itu perlu diketahui pelaksanaan bauran pemasaran dan kepuasan dalam mengembalikan kunjungan dan retensi pasien di Puskesmas Ambacang. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana hubungan bauran pemasaran dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Ambacang Kota Padang tahun 2025.

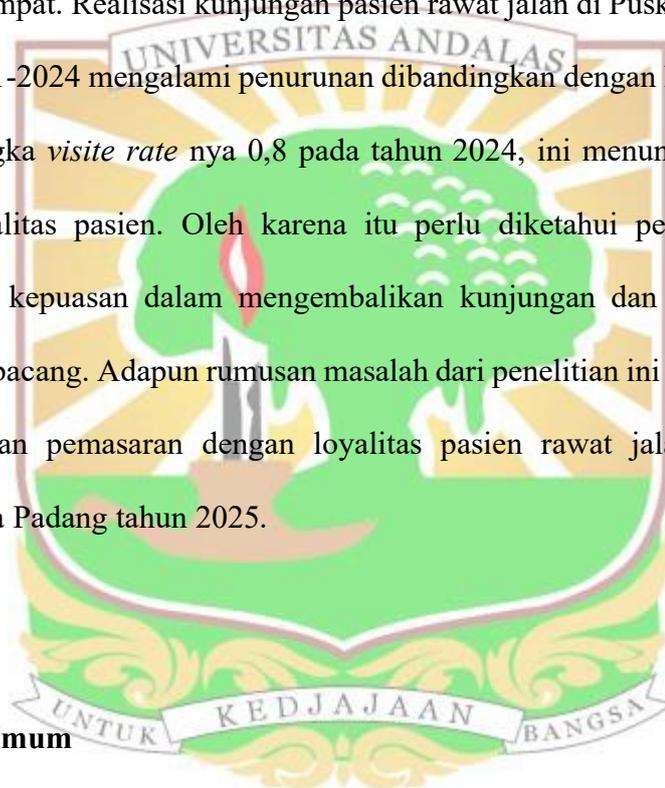
## 1.3 Tujuan

### 1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan bauran pemasaran dan kepuasan dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Ambacang Kota Padang Tahun 2025.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

1. Diketuinya distribusi dan frekuensi dari loyalitas, bauran pemasaran *product*, bauran pemasaran *place*, bauran pemasaran *people*, bauran



pemasaran *process*, bauran pemasaran *promotion*, dan kepuasan pada pasien rawat jalan di Puskesmas Ambacang Kota Padang tahun 2025.

2. Diketuainya hubungan bauran pemasaran (*product*) dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Ambacang Kota Padang tahun 2025.
3. Diketuainya hubungan bauran pemasaran (*place*) dengan loyalitas pasien jalan di Puskesmas Ambacang Kota Padang tahun 2025.
4. Diketuainya hubungan bauran pemasaran (*people*) dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Ambacang Kota Padang tahun 2025.
5. Diketuainya hubungan bauran pemasaran (*process*) dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Ambacang Kota Padang tahun 2025.
6. Diketuainya hubungan bauran pemasaran (*promotion*) dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Ambacang Kota Padang tahun 2025.
7. Diketuainya hubungan kepuasan dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Ambacang Kota Padang tahun 2025.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan teori yang relevan dan memperkaya pemahaman tentang bagaimana strategi pemasaran yang tepat, membangun kepuasan pasien untuk meningkatkan loyalitas.

### **1.4.2 Manfaat Akademis**

Penelitian ini bisa menjadi rujukan bagi para peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan riset lebih lanjut dibidang yang sama dengan menggali lebih dalam aspek-aspek terkait loyalitas pasien.

### 1.4.3 Manfaat Praktis

#### 1. Bagi Puskesmas Ambacang Kota Padang

Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor bauran pemasaran yang mampu membangun kepuasan pasien dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas terhadap layanan rawat jalan di Puskesmas Ambacang serta menjadi dasar dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif dalam menarik dan mempertahankan pasien.

#### 2. Bagi Fakultas Kesehatan Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Fakultas Kesehatan Masyarakat baik dalam hal pengembangan kurikulum, penelitian lebih lanjut, maupun pengembangan kebijakan. Dengan demikian penelitian ini bisa menjadi salah satu rujukan bagi civitas akademika untuk berpartisipasi dalam meningkatkan pelayanan kesehatan.

#### 3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi alat ukur masyarakat dengan memahami hubungan bauran pemasaran dan kepuasan dengan loyalitas pasien sehingga masyarakat dapat secara aktif memilih dan menggunakan fasilitas kesehatan yang mendorong FKTP untuk terus meningkatkan pelayanan terbaik bagi masyarakat.

#### 4. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi peneliti dalam merancang penelitian kuantitatif terutama dalam mengidentifikasi bauran pemasaran dan kepuasan terhadap loyalitas pasien rawat jalan. Penelitian ini juga mengasah kemampuan peneliti dalam menganalisis data, menginterpretasi hasil dan menyusun laporan penelitian yang terpadu.

## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada pasien yang memanfaatkan layanan rawat jalan di Puskesmas Ambacang Tahun 2025. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan *desain cross sectional*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan variabel dependen yaitu loyalitas dan variabel independen yaitu bauran pemasaran berupa bauran *product* (produk), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses), *promotion* (promosi), dan kepuasan. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada pasien yang berkunjung ke Puskesmas Ambacang. Sedangkan data sekunder bersumber dari Laporan Tahunan Dinas Kesehatan Kota Padang tahun 2021-2023, BPS dalam Angka 2024, Peraturan Walikota Padang No.4 tahun 2020, Laporan Capaian Kinerja Puskesmas Ambacang tahun 2023 dan 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata jumlah pasien yang berkunjung ke Puskesmas Ambacang pada tahun 2024 sebanyak 3.242 pasien. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 93 pasien. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* dan analisis data menggunakan analisis univariat dan bivariat.

