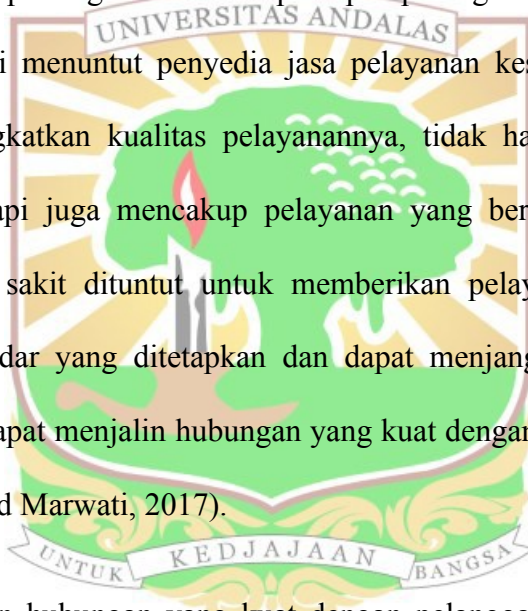


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

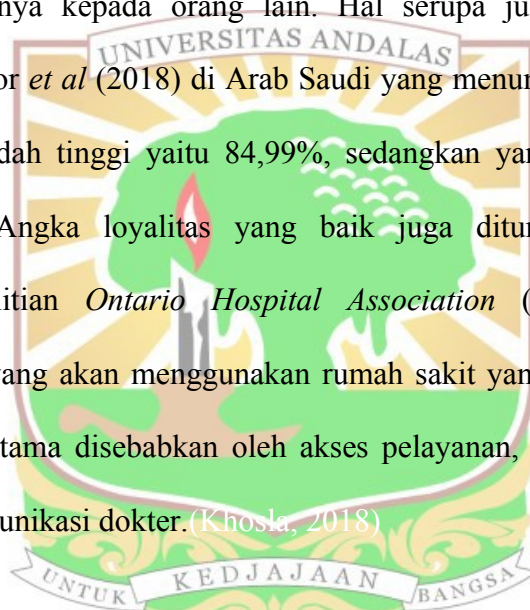
Era globalisasi telah menciptakan tantangan bagi semua jenis industri untuk berkompetisi, termasuk industri rumah sakit. Rumah sakit adalah salah satu sarana untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat dan memiliki peran yang sangat penting dalam mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Hal ini menuntut penyedia jasa pelayanan kesehatan yakni rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, tidak hanya pelayanan yang bersifat kuratif tetapi juga mencakup pelayanan yang bersifat preventif. Oleh karena itu, rumah sakit dituntut untuk memberikan pelayanan yang bermutu sesuai dengan standar yang ditetapkan dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, serta dapat menjalin hubungan yang kuat dengan masyarakat tersebut (Timora, Pribadi and Marwati, 2017).



Pembentukan hubungan yang kuat dengan pelanggan hingga terciptanya loyalitas merupakan faktor kunci bagi rumah sakit untuk dapat meningkatkan *market share* dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pasien yang loyal akan menggunakan provider kesehatan yang sama meskipun banyak alternatif lain di sekitarnya, serta menyebarkan *word of communication* (WOM) yang positif mengenai provider kesehatan tersebut (Chang *et al*, 2013). Kebutuhan akan loyalitas pasien ini telah disadari oleh banyak rumah sakit di dunia sehingga banyak penelitian mencari bagaimana cara meningkatkan loyalitas rumah sakit

serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya, bahkan di beberapa negara menjadikan angka loyalitas sebagai standar dalam menentukan rumah sakit terbaik (Whyne, 2017).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pasien rumah sakit di dunia sudah baik. Penelitian Khosla (2018) menunjukkan tingginya angka loyalitas pasien di Kenya. Dimana didapatkan tingkat loyalitas pasien sebesar 80,6% yang bersedia menggunakan rumah sakit mereka kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal serupa juga ditunjukkan oleh penelitian Ben Amor *et al* (2018) di Arab Saudi yang menunjukkan bahwa angka loyalitas pasien sudah tinggi yaitu 84,99%, sedangkan yang tidak loyal hanya sebesar 15,01%. Angka loyalitas yang baik juga ditunjukkan di Kanada. Berdasarkan penelitian *Ontario Hospital Association* (OHA) tahun 2019, persentase pasien yang akan menggunakan rumah sakit yang sama ialah sebesar 69,8%, hal ini terutama disebabkan oleh akses pelayanan, proses masuk rumah sakit, dan juga komunikasi dokter. (Khosla, 2018)



Kebutuhan akan loyalitas pasien ini masih belum disadari oleh banyak rumah sakit di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari pola penurunan loyalitas pasien di beberapa rumah sakit berdasarkan rendahnya kunjungan ulang pasien lama kepada rumah sakit tersebut. Penelitian Utari (2018) di RSUD Haji Makassar menunjukkan bahwa adanya penurunan kunjungan pasien lama dalam kurun waktu 3 tahun, dimana pada tahun 2015 total kunjungan pasien lama berjumlah 3.916 orang dan menurun pada tahun 2016 dan 2017 menjadi 3.725 orang dan 2.566 orang. Selain itu, Rumah Sakit Mata Nasional Cicendo juga mengalami hal

yang sama, dimana angka kunjungan pasien menurun dari angka 5.058 orang pada tahun 2016, menjadi 4.687 orang dan 3.488 orang pada tahun 2017-2018. Hal serupa juga dialami oleh RSUD Dr. Soetomo Surabaya. Jumlah kunjungan pasien lama menurun dari angka 112.120 orang pada tahun 2017, menjadi 99.051 orang pada tahun 2018, dan menurun kembali di tahun 2019 menjadi 93.676 orang.

Loyalitas pasien yang rendah dapat menurunkan keuntungan bagi rumah sakit itu sendiri. Berdasarkan data *Fibroblast* (2018), masalah penurunan loyalitas pasien dan menyebabkan kebocoran pasien di suatu institusi kesehatan, dapat menurunkan sedikitnya 10% dari pendapatan rumah sakit tersebut. *Bain Company* juga menemukan bahwa dengan meningkatkan 5% pelanggan loyal, kita dapat meningkatkan profit perusahaan sebesar 25% (George Ajimon, 2019). Arab *et al* (2012) juga menyebutkan biaya yang dibutuhkan dalam menarik pelanggan baru 6 kali lipat lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Upaya untuk menarik pelanggan yang baru rata-rata perusahaan menghabiskan waktu enam kali lebih banyak daripada waktu yang dipakainya untuk mempertahankan pelanggan lama. Selain itu, pasien baru juga biasanya membutuhkan biaya pemeriksaan yang jauh lebih tinggi dibandingkan pasien lama. Rogg (2013) memperkirakan suatu instansi kesehatan dapat mengeluarkan biaya 580.526 USD per tahunnya untuk pemeriksaan ulang karena pasien baru.

Loyalitas pasien juga berdampak kepada hasil pengobatan. Zhou *et al* (2017) menyebutkan bahwa loyalitas pasien dapat meningkatkan hasil pengobatan, dimana mereka akan mempertahankan kelanjutan pengobatan, patuh terhadap prosedur pengobatan, bahkan berusaha mencegah timbulnya penyakit

kembali yang nantinya akan meningkatkan penilaian kualitas pelayanan. Lebih lanjut Chahal (2010) juga menyebutkan bahkan pasien yang loyal dapat menjauhkan rumah sakit dari *issue* malpraktik karena mereka cenderung menyalahkan kelalaian mereka dalam berobat dibandingkan dengan kemampuan rumah sakit dalam permasalahan pemulihan kesehatan mereka. Oleh sebab itu bila loyalitas Pasien dengan rumah sakit rendah, maka hasil pengobatan pun akan menurun dan bisa berujung komplain terhadap rumah sakit itu sendiri.

Kondisi penurunan loyalitas rumah sakit juga tampak terjadi di Rumah Sakit (RS) Izza Cikampek. RS Izza Cikampek merupakan salah satu rumah sakit umum swasta tipe C di Kabupaten Karawang yang memiliki pelayanan kedokteran spesialis yaitu spesialis kandungan, anak, penyakit dalam, bedah, bedah orthopedi, bedah urologi, THT, mata, saraf, penyakit jiwa, dan jantung. Jika dilihat dari pelayanan rawat inap, RS Izza memiliki 111 tempat tidur yang terdiri dari 46 unit untuk kelas keperawatan III, 25 unit untuk kelas keperawatan II, 24 unit untuk kelas keperawatan I, 4 unit VIP, 6 unit untuk kelas isolasi, 3 unit untuk ICU dan 3 unit untuk NICU.

Data kunjungan rawat inap RS Izza Cikampek menunjukkan adanya penurunan jumlah pasien dalam tiga tahun terakhir. Jumlah kunjungan pasien pada tahun 2017 ialah sebesar 8914 orang dan menurun pada tahun 2018 serta 2019 yang hanya berjumlah 7373 dan 7241 orang. Jumlah ini masih lebih rendah dibandingkan dua rumah sakit lain di area Cikampek yaitu RS Karya Husada dengan jumlah kunjungan 10907 orang dan RS Puri Asih dengan 7590 orang pada tahun 2019. Dari pengamatan, proporsi penurunan terbesar kunjungan rawat inap RS Izza ialah pada kunjungan pasien lama yang menurun dari angka 65,4% pada

tahun 2017, menjadi 56,3% pada tahun 2018 dan 46% pada tahun 2019. Hal ini menunjukkan masih rendahnya loyalitas pasien rawat inap di RS Izza Cikampek.

Data di atas sangat penting ditelusuri sebab dari keseluruhan pelayanan kesehatan yang ada, pendapatan RS Izza didapatkan paling tinggi berasal dari rawat inap. Diketahui dari data klaim BPJS dan tagihan umum, RS Izza mendapatkan pendapatan dari rawat inap (termasuk di dalamnya layanan operasi) sebesar 1,7 kali lipat lebih besar dibandingkan pelayanan rawat jalan (termasuk di dalamnya layanan hemodialisa) atau 65% dari seluruh total *income* rumah sakit. Oleh sebab itu, sangat penting menjaga kinerja pelayanan di rawat inap demi kesuksesan RS Izza Cikampek.

Menurut beberapa literatur, loyalitas pelanggan rumah sakit dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Dari seluruh faktor yang ada didapatkan irisan berupa pengalaman pasien (Sahin, Zehir and Kitapci, 2011; Gaffar, 2007; Utari, 2018). Pengalaman pasien mencakup rentang interaksi yang dimiliki pasien dengan sistem perawatan kesehatan, termasuk perawatan mereka dari rencana kesehatan, dan dari dokter, perawat, dan staf di rumah sakit, praktik dokter, dan fasilitas perawatan kesehatan lainnya. Memahami pengalaman pasien merupakan langkah kunci dalam menuju perawatan yang berpusat pada pasien (*patient centered care*) (Merighi *et al.*, 2011).

Berdasarkan penelitian Cahyani (2015) di Bantul, kualitas pengalaman selama dirawat berhubungan dengan pembentukan loyalitas pasien rawat inap. Hal ini sejalan dengan penelitian Arab *et al* (2012) yang menemukan bahwa pengalaman pasien terkait layanan yang diberikan oleh rumah sakit memiliki dampak yang kuat terhadap kesediaan mereka untuk kembali ke rumah sakit yang

sama dan menggunakan kembali layanan yang ada atau merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain. Reichheld dalam Surapto (2020) juga menyebutkan bahwa pengalaman pasien dalam menggunakan suatu jasa, mengambil peranan yang sangat penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Selain itu, Deloitte (2016) melaporkan bahwa rumah sakit dengan tingkat pengalaman pasien (HCAHPS) yang tinggi, juga memiliki loyalitas *customer* dan profit yang lebih tinggi.

*The Centers for Medicare & Medicaid Services (CMS)* bersama dengan *Agency for Healthcare Research and Quality (AHRQ)* menyebutkan terdapat 7 faktor yang digunakan untuk menilai pengalaman Pasien dengan pelayanan rumah sakit, yaitu Komunikasi perawat, Komunikasi dokter, Lingkungan rumah sakit, Daya tanggap, Manajemen nyeri, Komunikasi pengobatan, dan Informasi kepulangan. Dimensi ini dapat menggambarkan penilaian kualitas pelayanan di rumah sakit melalui perspektif pasien dan dapat mengukur kualitas pelayanan dengan menempatkan pasien sebagai pusat pelayanan di rumah sakit (*patient centered care*) sehingga menjadikan rumah sakit mampu untuk berkembang lebih baik lagi (Utari, 2018).

Peneliti telah melakukan *pre-survey* kepada 10 orang pasien yang dirawat di ruang rawat inap RS Izza, dan didapatkan hasil 6 orang menyatakan memiliki pengalaman yang kurang baik. Dari 6 orang tersebut 3 orang mengeluhkan komunikasi perawat, 2 orang mengeluhkan daya tanggap petugas, dan 1 orang mengeluhkan komunikasi pengobatan sebagai faktor yang paling bermasalah. Selain itu, saat ditanyakan mengenai kesediaan 10 responden untuk kembali dan memberi rekomendasi mengenai RS Izza kepada orang lain, hanya 3 orang yang

bersedia, sementara 6 orang lainnya menyatakan tidak bersedia. Kemudian saat ditanyakan faktor utama mereka dalam memilih rumah sakit, 6 orang menyebutkan faktor komunikasi perawat dan dokter sebagai alasan utama mereka memilih rumah sakit, sedangkan 4 orang lainnya menyatakan kondisi rumah sakit sebagai pertimbangan utama mereka.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti “Hubungan Pengalaman Pasien dengan Loyalitas Pasien di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Izza Cikampek”.

Zhou, W. J., Wan, Q. Q., Liu, C. Y., Feng, X. L., and Shang, S. M. (2017). Determinants of patient loyalty to healthcare providers: An integrative review. *International Journal for Quality in Health Care*, 29(4), 442-449

Zhou, W. J., Wan, Q. Q., Liu, C. Y., Feng, X. L., and Shang, S. M. (2017). Determinants of patient loyalty to healthcare providers: An integrative review. *International Journal for Quality in Health Care*, 29(4), 442-449

Zhou, W. J., Wan, Q. Q., Liu, C. Y., Feng, X. L., and Shang, S. M. (2017). Determinants of patient loyalty to healthcare providers: An integrative review. *International Journal for Quality in Health Care*, 29(4), 442-449

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah distribusi frekuensi pengalaman pasien beserta dimensinya di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?
2. Bagaimana distribusi frekuensi loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?
3. Adakah hubungan pengalaman pasien dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?
4. Adakah hubungan dimensi komunikasi perawat dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?

5. Adakah hubungan dimensi komunikasi dokter dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?
6. Adakah hubungan dimensi daya tanggap dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?
7. Adakah hubungan dimensi lingkungan rumah sakit dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?
8. Adakah hubungan dimensi manajemen nyeri dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?
9. Adakah hubungan dimensi komunikasi pengobatan dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?
10. Adakah hubungan dimensi informasi kepulangan dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?
11. Apakah dimensi pengalaman pasien yang paling berpengaruh dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek?
12. Bagaimana penelusuran lebih lanjut dalam mencari akar permasalahan dimensi pengalaman pasien yang berhubungan dengan loyalitas pasien?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

#### **1. Tujuan Umum**

Adapun tujuan umum dari penelitian ini adalah mengetahui hubungan pengalaman pasien dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.

#### **2. Tujuan Khusus**

- a. Mengetahui distribusi frekuensi pengalaman pasien beserta dimensinya di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.



- b. Mengetahui distribusi frekuensi loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.
- c. Mengetahui hubungan dimensi komunikasi perawat dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.
- d. Mengetahui hubungan dimensi komunikasi dokter dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.
- e. Mengetahui hubungan dimensi daya tanggap dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.
- f. Mengetahui hubungan dimensi lingkungan rumah sakit dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.
- g. Mengetahui hubungan dimensi manajemen nyeri dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.
- h. Mengetahui hubungan dimensi komunikasi pengobatan dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.
- i. Mengetahui hubungan dimensi informasi keputungan dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.
- j. Mengetahui dimensi pengalaman pasien yang paling berpengaruh dengan loyalitas pasien di Ruang Rawat Inap RS Izza Cikampek.
- k. Mengetahui akar permasalahan dimensi pengalaman pasien yang mempengaruhi loyalitas pasien.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menjadi pembelajaran dalam penulisan karya ilmiah dan hasilnya dapat menambah pengetahuan peneliti terutama dalam mengetahui Hubungan Pengalaman Pasien dengan loyalitas.

2. Bagi institusi pendidikan

Diharapkan dapat menjadi sumber bacaan untuk memperdalam kajian yang berkaitan dengan pengalaman pasien dan loyalitas pasien di rumah sakit.

3. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat memberi sumbangan pada perkembangan ilmu pendidikan, terutama pada penerapan model-model pengalaman penggunaan pelayanan dalam meningkatkan loyalitas.

4. Bagi Rumah Sakit

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas pelayanan rumah sakit serta dapat juga digunakan sebagai laporan publik yang menguntungkan pihak rumah sakit.

