

**PENGARUH MUTU LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN DI
RS ISLAM KOTA TASIKMALAYA**

Lusy Pratiwi
Politeknik Tiara Bunda
lusy22pratiwi@gmail.com

Kata Kunci:

Mutu Layanan, Loyalitas

ABSTRAK

Loyalitas pasien sangat penting dalam era persaingan yang ketat seperti sekarang. Loyalitas pasien adalah komitmen pasien terhadap suatu merk, produk atau jasa berdasarkan sikap positif yang tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung serta besarnya mutu layanan terhadap loyalitas pasien rawat jalan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian *cross sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Tasikmalaya yang telah berkunjung lebih dari tiga kali. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* diperoleh selama bulan Desember sebanyak 100 pasien. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Hasil yang peneliti dapatkan ada pengaruh mutu layanan sebesar 17,35 terhadap loyalitas pasien rawat jalan. Model mampu menjelaskan variabilitas data sebesar 99,92%, sedangkan 0,08% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Saran dalam penelitian ini adalah diharapkan manajemen Rumah Sakit Islam Tasikmalaya meningkatkan penerapan *mutu layanan* dengan mengedepankan mutu layanan yang diberikan oleh tenaga kesehatan kepada pasien dengan melaksanakan tugas dan wewenang disertai dengan menerapkan 5S yaitu senyum, sapa, salam, sopan dan santun kepada pasien, keluarga pasien dan lingkungan.

PENDAHULUAN

Keberhasilan pembangunan kesehatan kelak akan mencakup faktor kemudahan akses kesehatan serta untuk meningkatkan mutu pelayanan kesehatan yang berkepanjangan. Kepuasan dan menentukan loyalitas dari pasien pengguna jasa kesehatan tersebut sesuai dengan Undang-Undang. Dalam kenyataan di pasar banyak pasien kita yang sudah merasa puas terhadap produk yang kita tawarkan tetapi

dapat saja beralih ke produk lain pada kondisi-kondisi tertentu, itulah yang diartikan puas tetapi tidak loyal.

Jumlah pasien yang menurun akan berpengaruh terhadap pemasukan/*income* poliklinik, karena pasien yang periksa di poliklinik juga akan memanfaatkan pelayanan penunjang seperti laboratorium, fisioterapi, konsultasi gizi, dan lain-lain. Masalah besar bagi rumah sakit dengan penurunan jumlah

pasien setiap tahunnya, hal ini harus ditinjau dari internal maupun eksternal, internal pihak rumah sakit melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran rumah sakit ke masyarakat, mutu pelayanan yang diberikan SDM, hubungan SDM dengan pasien dan eksternalnya adalah bagaimana pasien itu memberikan pandangan dan nilai terhadap RS sehingga pasien merasa puas atau tidak melakukan pengobatan di RS Islam Tasikmalaya (Adikoesoemo, 2015)

Upaya manajemen untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien ke RS Islam Tasikmalaya telah dilakukan, salah satunya dengan memberikan pelayanan yang optimal yang memadai. Menurut Direktur RS Islam Tasikmalaya pihak manajerial rumah sakit mendukung kegiatan pemasaran dan menyiapkan sarana/fasilitas, dana maupun tenaga untuk melaksanakan program-program pemasaran dan menerima masukan-masukan untuk perbaikan mutu pelayanan. Studi pendahuluan berupa survey dilakukan terhadap pasien rawat jalan sebanyak 20 pasien di Rumah Sakit Islam Tasikmalaya yang peneliti lakukan didapatkan informasi bahwa pasien mengatakan tentang mutu layanan yang diberikan tenaga kesehatan belum memuaskan (Rahmayanty, 2016).

Rumah sakit yang memiliki citra atau reputasi yang baik akan mendorong pasien membeli produk yang ditawarkan, mempertinggi kemampuan bersaing. Apabila informasi tersebut baik maka akan menimbulkan citra positif, namun sebaliknya apabila informasi yang diterima buruk, maka akan menimbulkan citra negatif. Informasi-informasi yang di peroleh misalnya mengenai bagaimana pelayanan yang diberikan rumah sakit, bagaimana kelengkapan alat-alat kesehatan, bagaimana kualitas sumber daya manusia (dokter dan perawat) yang ada di rumah sakit, dan sebagainya (Syarfudin, 2015).

Selain itu di dalam memilih rumah sakit untuk rawat inap, pilihan pasien biasanya dimulai dari pelayanan rawat jalan (Nurulla, 2015). Rumah Sakit Islam Tasikmalaya adalah salah satu dari 15 rumah sakit yang berada di kota Tasikmalaya. Segmentasi pasar RS Islam Tasikmalaya adalah masyarakat dengan social ekonomi menengah kebawah. Kedisiplinan, kejujuran dan kerjasama adalah budaya kerja

yang dimiliki oleh Karyawan di RS Islam Tasikmalaya, hal ini sangat mendukung upaya rumah sakit untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pasien. Positioning RS Islam Tasikmalaya diantara competitor adalah menjadi rumah sakit yang terdepan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pasien di Kota Tasikmalaya dan sekitarnya. Rumah Sakit Islam Tasikmalaya saat ini masih kelas D, diharapkan dengan akreditasi rumah sakit dapat mengembangkan diri menjadi rumah sakit yang maju dan menjadi rumah sakit pilihan masyarakat di Kota Tasikmalaya. Kemajuan Rumah Sakit dapat diukur dari hasil pencapaian pasien setiap tahunnya, hal ini menjadi suatu hambatan di RS Islam Tasikmalaya karena didapatkan penurunan pasien (Lovelock, 2014).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian analitik kuantitatif dengan menggunakan pendekatan *cross sectional* (potong lintang). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh seluruh pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Tasikmalaya yang telah berkunjung lebih dari tiga kali. Sesuai dengan alat analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM), maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 72 responden. Penelitian ini menggunakan instrument atau metode angket atau kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis univariat digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik dari variabel independen dan dependen. Keseluruhan data yang ada dalam kuesioner di olah dan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Analisis Bivariat digunakan membuktikan hipotesis variabel terkait dengan variabel bebas dengan tingkat kemaknaan $p = \text{value } 0,05$.

A. Analisis Univariat

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Variabel yang Diteliti

Variabel	Frekuensi	%
Loyalitas		
Kurang	41	56,9
Baik	31	43,1
Mutu Layanan		
Rendah	50	69,4
Tinggi	22	30,6

Berdasarkan dari tabel 1 diatas dengan distribusi frekuensi dapat ditentukan dari 100 responden menunjukkan bahwa pasien yang mempunyai loyalitas kurang sebanyak 41 responden dengan persentase 56,9% sedangkan loyalitas baik sebanyak 31 responden dengan persentase 43,1%. Pasien yang mendapatkan mutu layanan rendah sebanyak 50 responden dengan persentase 69,4% sedangkan pasien dengan mendapatkan mutu layanan yang tinggi sebanyak 22 responden dengan persentase 30,6%.

B. Analisis Bivariat

Tabel 2. Pengaruh Mutu Layanan dengan Loyalitas Pasien

Mutu Layanan	Loyalitas		Total	OR	p
	kurang	baik			
	n	n	n		
Rendah	36	14	50	8,743	0,000
	72%	28%	100%		
Tinggi	5	17	22		
	22,7%	77,3%	100%		
Total	41	31	72		
	56,9%	43,1%	100%		

Berdasarkan tabel 2 hasil analisis bivariat menunjukkan adanya pengaruh mutu layanan dengan loyalitas pasien dan secara statistik signifikan $p < 0,05$ ($p = 0,000$).

Pengaruh Mutu Layanan Terhadap Loyalitas Pasien

Mutu layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,210787, sedangkan nilai T-Statistik sebesar 3,825617 dan signifikan pada $\alpha=5\%$, nilai T-Statistik tersebut berada di atas nilai kritis (1,96). Mutu layanan berpengaruh

secara langsung terhadap loyalitas pasien. Hasil uji koefisien parameter antara mutu layanan terhadap loyalitas pasien didapatkan pengaruh langsung sebesar 17,35%

Keberhasilan pembangunan kesehatan kelak akan mencakup faktor kemudahan akses kesehatan serta peningkatan mutu pelayanan kesehatan yang terus menerus. Untuk mendapatkan layanan kesehatan perlunya membeikan peningkatan jumlah kualitas fasilitas kesehatan dan jaringan fasilitas.. Selain dari tuntutan Undang-Undang juga untuk memberikan kepuasan dan menentukan loyalitas dari pasien pengguna jasa kesehatan tersebut. Dalam kenyataan di pasar banyak pasien kita yang sudah merasa puas terhadap produk yang kita tawarkan tetapi dapat saja beralih ke produk lain pada kondisi-kondisi tertentu, itulah yang diartikan puas tetapi tidak loyal. Oleh karena itu *customer experience* adalah bukan tujuan akhir dan bukanlah jaminan bagi rumah sakit untuk dapat terus tumbuh dan bertahan dalam dunia persaingan yang semakin kompetitif ini, sementara kesetiaan pasien-lah yang dapat menjamin rumah sakit dalam mengembangkan usahanya dan meraih keuntungan yang berkelanjutan. Jumlah pasien yang menurun akan berpengaruh terhadap pemasukan/*income* poliklinik, karena pasien yang periksa di poliklinik juga akan memanfaatkan pelayanan penunjang seperti laboratorium, fisioterapi, konsultasi gizi, dll. Masalah besar bagi RS dengan penurunan jumlah pasien setiap tahunnya, hal ini harus ditinjau dari internal maupun eksternal, internal pihak RS melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran RS ke masyarakat, mutu pelayanan yang diberikan SDM, hubungan SDM dengan pasien dan eksternalnya adalah bagaimana pasien itu memberikan pandangan dan nilai terhadap RS sehingga pasien merasa puas atau tidak melakukan pengobatan di RS Islam Tasikmalaya (Farich, 2017).

Upaya manajemen untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien ke RS Islam Tasikmalaya telah dilakukan, salah satunya dengan memberikan pelayanan yang optimal yang memadai. Menurut Direktur Rumah Sakit RS Islam Tasikmalaya pihak manajerial rumah sakit mendukung kegiatan pemasaran dan menyiapkan sarana/fasilitas, dana maupun tenaga untuk melaksanakan program-program

pemasaran dan menerima masukan-masukan untuk perbaikan mutu pelayanan. Studi pendahuluan berupa survey dilakukan terhadap pasien rawat jalan sebanyak 20 pasien di Rumah Sakit Islam Tasikmalaya yang peneliti lakukan didapatkan informasi bahwa pasien mengatakan tentang bauran pemasaran 40% dinilai cukup dengan alasan fasilitas kurang lengkap seperti RS swasta yang baru, harga sesuai, tempat tidak jauh dari pusat kota tapi kondisinya daerah sepi karena akses ke pedesaan, promosi hanya ada sejak RS didirikan (Tjiptono, 2013).

Menurut asumsi peneliti mutu pelayanan adalah satu aspek yang dapat meningkatkan loyalitas pasien, upaya yang dapat dilakukan rumah sakit untuk memberikan mutu layanan yang optimal adalah dengan mengedepankan kenyamanan pasien seperti ruang pelayanan selalu bersih dan nyaman, alat medis yang dipakai selalu siap, bersih dan lengkap, pelayanan yang diberikan selalu tepat waktu, petugas selalu mampu menangani keluhan pelayanan pasien, penerimaan pasien selalu cepat dan tidak berbelit-belit serta pasien selalu mudah dalam berinteraksi dengan petugas.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mutu layanan terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Tasikmalaya tahun 2018.

SARAN

Diharapkan manajemen Rumah Sakit Islam Tasikmalaya meningkatkan mutu layanan dengan mengedepankan kenyamanan dan kepuasan pasien seperti membangun komunikasi yang baik kepada pasien sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasien dengan cara mengedepankan akses informasi yang terbuka, memberikan peringatan pasien untuk jadwal kunjung kembali, info produk yang tersedia di rumah sakit dan pendaftaran online yang selama ini belum diterapkan di rumah sakit tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikoesoemo S. 2015. *Manajemen Rumah Sakit*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Bustami. 2016. *Penjaminan Mutu Pelayanan Kesehatan dan Akseptabilitasnya*. Jakarta: Erlangga
- Farich A. 2017. *Manajemen Pelayanan Kesehatan Masyarakat*. Yogyakarta: Gosyen Publishing
- Lovelock C et, al. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga
- Muninjaya G. A. A. 2014. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: EGC
- Notoatmodjo S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rahmayanty N. 2016. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ratnasari T. R dan Akxa M. 2014. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Syarfudin dkk. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan untuk Bidan*. Jakarta: TIM; 2015
- Tjiptono F. 2015. *Loyalitas pasien*. Jogjakarta: Andi
- Tjiptono F. 2013. *Strategi Pemasaran (Edisi III)*. Jogjakarta: Andi