

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Dalam ranah pemasaran, eksistensi konsumen memegang peranan yang sangat vital, mengingat pencapaian kesuksesan suatu perusahaan atau lembaga sangat ditentukan oleh evaluasi serta tingkat kepuasan yang mereka rasakan terhadap produk ataupun layanan yang disediakan. Konsumen bukan hanya menggunakan layanan, tetapi juga memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang di rasakan. Dalam dunia kesehatan, pasien adalah konsumen jasa rumah sakit. Agar mereka merasa diperhatikan, rumah sakit harus mengutamakan pelayanan yang berkualitas sehingga pasien tidak hanya merasa aman dan betah, tetapi juga benar-benar puas dengan setiap layanan yang diberikan. Kepuasan pasien menjadi hal penting karena dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat kepada rumah sakit. Di samping itu, pelayanan yang unggul turut berperan dalam membangun reputasi positif rumah sakit serta memotivasi pasien untuk menyebarkan pengalaman baik dan memberikan rujukan kepada masyarakat luas. Persepsi konsumen terhadap suatu merek atau produk memegang peranan krusial, karena hal tersebut tidak hanya memengaruhi cara mereka menilai nilai suatu barang, tetapi juga kesediaan mereka untuk membayar harga premium pada merek yang mereka anggap lebih unggul (Johan, 2022).

Rumah sakit merupakan institusi yang menyediakan layanan kesehatan bagi masyarakat luas. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia

Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit, Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) didefinisikan sebagai rumah sakit yang dikelola oleh pemerintah daerah. Dalam praktiknya, RSUD menghadapi tuntutan untuk mampu bersaing dengan rumah sakit swasta yang menawarkan pelayanan profesional kepada publik. Pelayanan kesehatan menjadi salah satu pilar fundamental dalam sistem kesehatan, yang dirancang untuk mendorong beragam upaya dalam rangka meningkatkan kualitas hidup serta kesejahteraan sosial masyarakat (Helmawati & Handayani, 2014) dalam (Kefi et al., 2025). Pelayanan kesehatan memiliki urgensi yang tinggi, karena pelayanan yang berkualitas akan memberikan perlindungan kesehatan kepada masyarakat. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menegaskan bahwa pelayanan kesehatan yang unggul adalah pelayanan yang efektif, aman, dan bermutu tinggi bagi mereka yang membutuhkannya, serta didukung oleh sumber daya yang mencukupi.

RSUD Ki Ageng Selo Wirosari adalah rumah sakit yang dimiliki oleh pemerintah daerah dan memegang peranan strategis dalam penyediaan layanan kesehatan bagi masyarakat di kabupaten grobogan, khususnya wilayah wirosari dan sekitarnya. Perkembangan industri rumah sakit ditandai dengan adanya persaingan yang semakin ketat, baik di antara rumah sakit swasta maupun rumah sakit milik pemerintah (RSUD). Dalam pemasaran jasa, rumah sakit termasuk dalam kategori jasa tingkat tinggi, dimana interaksi antara penyedia layanan (dokter, perawat, staf) dan konsumen (pasien) berlangsung secara intensif dan dalam kurun waktu yang tergolong panjang (terutama rawat inap). Apabila pelayanan yang diberikan berhasil memenuhi, atau bahkan

melampaui, harapan pelanggan, maka pelanggan cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi serta merasa terdorong untuk menyebarluaskan rekomendasi positif mengenai layanan tersebut kepada pihak lain (Asparini et al., 2024)

Kualitas pelayanan, dalam kerangka teori jasa merupakan perbandingan antara harapan pasien (ekspektasi) dengan pengalaman nyata (persepsi) yang mereka terima selama perawatan. Bagi pasien rawat inap pengalaman ini mencakup setiap aspek mulai dari keramahan petugas administrasi, kecepatan respon perawat (*Responsiveness*), kebersihan dan kenyamanan kamar (*Tangibles*), hingga keakuratan diagnosis dan tindakan medis (*Reliability*). Keterkaitan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien rawat inap merupakan hubungan yang saling memengaruhi dan kuat. Ketika rumah sakit mampu melampaui ekspektasi pasien pada aspek pelayanan misalnya, dengan memberikan perhatian personal yang tinggi (*Empathy*) dan memastikan kompetensi staf (*Assurance*) maka kepuasan pasien akan terbentuk. Kepuasan ini akan menjadi dasar bagi pasien rawat inap untuk memberikan rekomendasi positif. Di samping itu, pasien yang merasa puas menunjukkan kecenderungan yang lebih besar untuk mengikuti anjuran perawatan yang telah direkomendasikan (Rikumahu & Akhmad, 2024)

Fenomena yang terjadi di RSUD Ki Ageng Selo menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa permasalahan dalam pelayanan rumah sakit yang dirasakan pasien. Salah satunya adalah kurangnya keterbukaan informasi terkait ketersediaan kamar rawat inap di IGD, sehingga pasien merasa ditolak

meskipun melihat masih ada kamar yang kosong. Selain itu, kualitas pelayanan tenaga kesehatan juga dinilai belum optimal karena beberapa pasien merasa pegawai kurang ramah, kurang tanggap dalam memberikan pelayanan, serta kurang menunjukkan empati terhadap kondisi pasien. Di sisi lain, meskipun fasilitas rumah sakit sudah cukup baik dan memadai, pelayanan yang diberikan tenaga kesehatan masih belum maksimal sehingga kepuasan pasien belum sepenuhnya terpenuhi.

Beberapa permasalahan tersebut diketahui berdasarkan hasil pra-survei yang telah dilakukan sebelumnya. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pasien selama menerima pelayanan dapat memengaruhi penilaian dan tanggapan kepada orang-orang di sekitarnya melalui proses penyampaian informasi secara langsung dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Informasi yang beredar di masyarakat mengenai pengalaman pasien berpotensi membentuk persepsi terhadap rumah sakit dan memengaruhi reputasi merek yang melekat. Setelah citra merek terbentuk, hal tersebut kemudian akan memengaruhi sejauh mana pasien mempercayai layanan yang diberikan, serta berkontribusi terhadap tingkat kepuasan yang diperoleh. Dengan demikian, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan citra merek terhadap kepuasan pasien rawat inap menjadi penting untuk dilakukan, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pasien.

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan kepada 20 pasien rawat inap, sebanyak 12 responden memberikan penilaian negatif dan 8 responden

memberikan penilaian positif terhadap pelayanan rumah sakit. Penilaian tersebut didasarkan pada tanggapan responden terkait aspek yang meliputi kualitas pelayanan, komunikasi lisan dari mulut ke mulut (*word of mouth*), serta citra merek yang berkaitan dengan pengalaman mereka selama menerima pelayanan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa aspek pelayanan yang dinilai belum optimal oleh pasien, sehingga masih menunjukkan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara ekspektasi pasien dengan kenyataan pelayanan yang disediakan oleh rumah sakit. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi komunikasi lisan dari mulut ke mulut (*word of mouth*), membentuk pandangan pasien terhadap citra merek rumah sakit serta memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Kondisi ini penting untuk diperhatikan karena kualitas pelayanan yang tidak maksimal dapat mengakibatkan penurunan pada tingkat kepuasan pasien. Jika kondisi tersebut tidak mendapat perhatian, maka dapat berdampak pada menurunnya tingkat kepercayaan publik terhadap institusi rumah sakit dan memberikan pengaruh terhadap keputusan pasien dalam mengakses dan menggunakan layanan kesehatan yang tersedia. Berdasarkan hal tersebut, studi ini perlu dilakukan untuk menguji pengaruh mutu layanan, komunikasi lisan antar konsumen, serta reputasi merek terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari.

Diera saat ini, terbentuknya tingkat kepuasan pasien bukan hanya bergantung pada pengalaman pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh komunikasi lisan dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Pasien rawat inap pada umumnya

sering menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain jika pelayanan yang diterima sangat memuaskan atau kurang memuaskan. Jika pelayanan yang diberikan baik, misalnya perawat cepat tanggap, dokter ramah, dan fasilitas nyaman, maka pasien akan terdorong untuk menyampaikan cerita positif kepada keluarga, teman, atau orang disekitarnya. (*Word of mouth*) yang positif inilah menjadi sumber informasi yang dipercaya oleh calon pasien yang akan melakukan perawatan, membentuk harapan yang berkualitas, serta secara tidak langsung memperkuat citra institusi pelayanan kesehatan. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima kurang baik, seperti waktu tunggu yang lama, kamar kurang bersih, atau komunikasi yang kurang ramah, pasien cenderung menyebarkan cerita negatif. *Word of mouth* negatif ini dapat dengan cepat mempengaruhi persepsi orang lain dan berpotensi menurunkan kepercayaan terhadap rumah sakit. *Word of Mouth* (WOM) merupakan metode penyampaian informasi secara lisan mengenai suatu produk atau layanan yang terjadi antarindividu (Almira & Putri, 2022) dalam (Lestari & Widjanarko, 2023).

Citra merek adalah persepsi publik terhadap rumah sakit, yang dibangun melalui konsistensi kualitas pelayanan dari waktu ke waktu dan diperkuat oleh adanya (*word of mouth*) yang beredar. Citra merek yang kuat misalnya, citra sebagai “RSUD dengan perawat yang ramah” dapat bertindak sebagai penyangga psikologis bagi pasien. Ketika terjadi sedikit kekurangan dalam kualitas pelayanan, pasien yang persepsi citra merek positif cenderung pasien merasa puas, menganggap kekurangan tersebut sebagai hal yang wajar dan sementara. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan secara konsisten rendah, citra

merek akan terkikis. (*Word of mouth*) negatif akan semakin mudah dipercayai, menyebabkan calon pasien memilih pesaing dan membuat pasien yang dirawat cepat merasa kecewa. Citra merek berperan dalam membantu konsumen untuk mengidentifikasi keunggulan suatu merek sekaligus membedakannya dari produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing (Dam & Dam 2021).

Setelah melihat fenomena pada pasien rawat inap di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari, penelitian ini juga didasari adanya kesenjangan dalam penelitian sebelumnya (*research gap*), yaitu penelitian (Oktafiyana & Paludi, 2024) Menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Fathoni & Herlambang, 2024) Menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh (Wiraswati et al., 2021) menemukan bahwa *Word of Mouth* (komunikasi dari mulut ke mulut) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Setyawan et al., 2025) menunjukkan bahwa *Word of Mouth* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya menjadi pemicu bagi peneliti untuk mengkaji ulang variabel kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan citra merek serta dampaknya terhadap kepuasan pasien. Dengan mempertimbangkan uraian di atas dan fenomena yang tampak, peneliti berminat untuk meneliti permasalahan ini melalui penelitian berjudul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth* dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari?
2. Apakah *word of mouth* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari?
3. Apakah citra merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis serta menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari.
2. Menganalisis serta menguji pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari.
3. Menganalisis serta menguji pengaruh citra merek terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, *word of mouth*, citra merek, serta kepuasan pasien. Di samping itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih bagi pengembangan teori terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pasien.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini berperan dalam mengidentifikasi secara lebih jelas komponen-komponen kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Di samping itu, penelitian ini turut membantu dalam memahami cara membangun kepercayaan pasien serta merespons informasi yang tersebar melalui komunikasi lisan (*word of mouth*). Dengan pemahaman yang memadai, rumah sakit dapat meningkatkan mutu pelayanan sehingga kepuasan pasien rawat inap dapat terus ditingkatkan. Melalui penelitian ini, standar kualitas pelayanan di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari dapat terukur dan terpantau dengan baik, sehingga manajemen rumah sakit mampu melakukan perbaikan layanan secara berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan pasien.

1.4.3 Manfaat Peneliti

Bagi peneliti, hasil penelitian ini berfungsi sebagai wahana untuk memperluas wawasan dan pemahaman mengenai kualitas pelayanan, *word of mouth*, serta citra merek dalam kaitannya dengan kepuasan pasien rawat inap. Proses penelitian ini turut mengasah keterampilan peneliti dalam menyusun instrumen, mengolah data, dan menarik kesimpulan yang selaras dengan kondisi di lapangan. Di samping itu, pengalaman ini memperkaya pandangan peneliti terhadap dinamika pelayanan kesehatan di rumah sakit daerah, yang dapat menjadi bekal berharga untuk riset selanjutnya maupun saat terjun ke dunia kerja. Penelitian ini pun dapat dijadikan fondasi bagi pengembangan studi yang lebih luas dengan variabel-variabel berbeda di masa yang akan datang.