

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri jasa kesehatan mempunyai prospek yang cukup baik, karena pelayanan kesehatan tidak terpaku hanya pada pengobatan penyakit tetapi juga memberikan pelayanan untuk usaha pencegahan dan meningkatkan kesehatan. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pemberi jasa kesehatan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat sebagai pemakai jasa kesehatan.

Aspek mutu bermanfaat bagi pimpinan sebuah instansi kesehatan untuk mengetahui dengan baik bagaimana bekerjanya proses instansi kesehatan untuk mengetahui dengan baik bagaimana proses pelayanan, mengetahui dimana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk memuaskan pasien terutama hal-hal yang dianggap penting bagi pasien, dan menentukan apakah yang dilakukan mengarah kepada perbaikan.

Seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan value dari penyedia jasa. Value ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Oleh karena itu, sebuah instansi kesehatan harus memiliki dan meningkatkan value (berupa

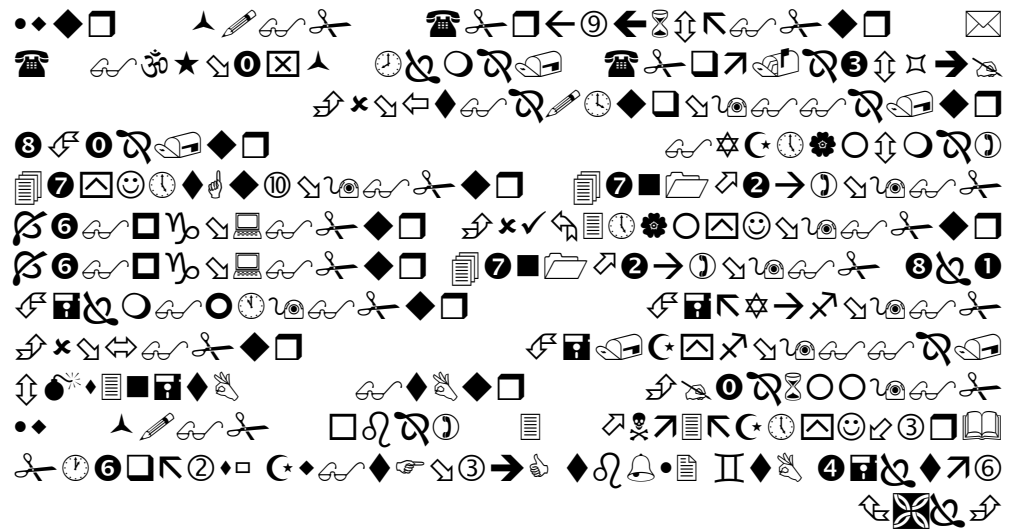
pelayanan) dalam memberikan pelayanan yang baik dan secara maksimal kepada pasiennya.

Kualitas pelayanan perlu pengukuran yang baik pula, yang sesuai dengan standar dan keinginan konsumen. Sehingga perlu dukungan kemampuan sumber daya yang baik serta fasilitas yang cukup memadai, dan tidak lepas dari kebijakan manajemen dan sistem yang berlaku di instansi kesehatan terkait. Kegiatan pengukuran kualitas suatu bidang usaha dimaksudkan agar kualitas suatu produk atau jasa dapat terkontrol dengan baik sesuai dengan konsumen.

Setiap perusahaan yang berorientasi kepada konsumen, perlu memberikan kesempatan kepada para konsumennya untuk mengekspresikan harapan dan persepsinya terhadap perusahaan yang bersangkutan. Proses pengukuran dilakukan dengan melakukan riset pemasaran. Riset pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu tentang pengumpulan dan evaluasi data untuk membantu para produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumennya dengan baik melalui pengertian yang mencakup informasi ekonomi, psikologis, sosiologi dan budaya ini, para pemasar dapat mengembangkan produk jasa baru dan juga produk jasa yang sudah ada. Dimulai dari penentuan siapa yang menjadi pasien, dipantau tingkat kualitas yang diinginkan dan pada akhirnya diperoleh formulasi strategi.

Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas layanan ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi penyedia jasa, reputasi penyedia jasa menjadi semakin baik di mata pelanggan.¹

Dalam konsep islam mengajarkan bahwa kita sebagai umat muslim harus berbuat baik kepada sesama. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat A-Nisa ayat 36, yang menyatakan bahwa:²



¹ Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, Jakarta: Grasindo, 2005, hlm. 211.

² M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah* pesan, kesan dan keserasian al-quran, vol 2, cet 1, Jakarta: Lentera Hati, 2002, hlm. 435.

Artinya : “Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh dan teman sejawat, Ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.” (An-Nisa : 36)

Dari ayat diatas kita mengajarkan kepada kita untuk berbuat baik kepada sesama manusia dengan tidak melihat pangkat, keturunan, ataupun hartanya. Dapat juga diisamakan dengan berbuat baik dalam pelayanan yang diberikan. Begitu pula sudah seharusnya program pelayanan kesehatan Rumah Bersalin Gratis (RBG) Rumah Zakat Cabang Semarang memberikan pelayanan yang baik kepada member/pasiennya.

Kualitas pelayanan jasa (*service*) adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Agar pelayanan dapat memuaskan orang atau kelompok orang lain yang dilayani, maka pelaku yang bertugas melayani harus memenuhi empat kriteria pokok, yaitu: ³ a. tingkah laku yang sopan, b. cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, c. waktu menyampaikan yang tepat dan d. keramahtamahan.

Dari pengertian tersebut, kualitas mengandung elemen-elemen yang meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, yang mencakup

³ *Ibid*, hlm. 208-209.

produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan, serta merupakan kondisi yang selalu berubah.

Jika harapan pelanggan ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakannya, bahkan mungkin apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya. Sehingga, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap dan merasakannya tidak enak, sudah dapat dipastikan pelanggan tidak merasa puas.

Persepsi pelanggan terhadap kepuasan merupakan penilaian subyektif dari hasil yang diperolehnya. Harapan pelanggan merupakan referensi standar kinerja pelayanan, dan sering kali diformulasikan berdasarkan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan terjadi. Semua tindakan yang dilakukan untuk mengetahui harapan pelanggan tersebut adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam setiap perusahaan maupun organisasi.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka topik ini menjadi menarik untuk dibahas, dan penulis membahasnya lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul: “Pengaruh Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Member/Pasien Di Rumah Bersalin Gratis (RBG) Rumah Zakat Cabang Semarang.”

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh pelayanan jasa terhadap kepuasan member/pasien Rumah Bersalin Rumah Zakat Cabang Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh signifikan pelayanan jasa terhadap kepuasan member/pasien Rumah Bersalin Rumah Zakat Cabang Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi penulis sendiri bermanfaat sebagai penambah wawasan, menerapkan dan mengembangkan seluruh teori ilmu yang telah diperoleh semasa perkuliahan.
- b. Dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian-penelitian sejenis untuk tahap selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami tentang seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan/pasien pada Program Rumah Bersalin Rumah Zakat Cabang Semarang.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan member/pasien pada program Rumah Bersalin Rumah Zakat Cabang Semarang.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan laporan penelitian ini meliputi:

- a) Bagian inti, terdiri dari lima bab yaitu:

Bab I : PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, penegasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian.

Bab II : LANDASAN TEORI

Landasan teori, penelitian terdahulu dan hipotesis.

Bab III : METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan tempat penelitian, subyek penelitian, indikator penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi data hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V :PENUTUP

Kesimpulan, saran, dan penutup.

- b)** Bagian penutup, terdiri dari daftar pustaka dan lampiran