

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan



Pada hakekatnya semua produk dan jasa, tuntutan akan kepuasan pelanggan menjadi suatu keharusan pada saat ini. Hampir semua industri jasa dan produk jadi, akan mampu bersaing tumbuh dan berkembang apabila mampu menyediakan kebutuhan para pelanggan dengan menjaga kualitas dan mutu produk maupun jasanya.

Secara tradisional, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Kepuasan merupakan faktor yang ada dalam diri dan terjadi setelah seseorang menggunakan barang atau jasa yang dibelinya.

Salah satu aspek kehidupan masyarakat yang senantiasa perlu mendapat pembinaan dan pengembangan adalah kesehatan masyarakat. Dalam pembahasan masalah kesehatan masyarakat, maka tidak terlepas dari masalah rumah sakit. Rumah sakit sebagai salah satu institusi yang bertugas melayani masyarakat dalam aspek kesehatan.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan No. 335/Menkes/SK/VII/1995 tanggal 10 Juli 1995 tentang Penentuan Kelas Rumah Sakit adalah memberikan pelayanan yang bermutu yakni melalui pelayanan yang cepat, tepat dan nyaman serta terjangkau. Rumah sakit sebagai pelaksana utama

program kesehatan masyarakat mengupayakan agar mampu berdaya guna dan berhasil guna. Tujuan utama dari pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit adalah dengan menjaga mutu yang tetap baik melalui pelayanan cepat, tepat dan nyaman serta harga yang terjangkau dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dengan demikian akan tercapai kepuasan pelanggan yang dapat menambah kepercayaan masyarakat kepada rumah sakit dan secara langsung juga konsekuensinya akan menambah pendapatan rumah sakit tersebut.

Memuaskan pelanggan adalah konsep dasar pemasaran secara umum dan hal ini juga berlaku pada pelayanan rumah sakit. Dalam sebuah artikel terbitan "*Harvard Business Review*" yang ditulis oleh Ted Levit (dalam Crosby, 1991), mengatakan pandangan suatu organisasi atau perusahaan bahwa proses memuaskan pelanggan adalah faktor utama untuk mencapai keuntungan, karena dengan adanya kepuasan pelanggan akan mendorong pelanggan untuk tetap setia akan produk suatu perusahaan dan secara sukarela menjadi media promosi yang tidak terhingga banyaknya dalam hal penghematan biaya. Sehingga dapat diakui bahwa strategi pemasaran yang paling penting untuk suatu perusahaan (termasuk rumah sakit) adalah peningkatan kepuasan pelanggan atau pasien.

Kepuasan pasien menunjukkan suatu keadaan dimana pasien mendapat perhatian dan pelayanan kesehatan sebagaimana diharapkannya. Semakin dekat perhatian dan pelayanan yang diharapkan, maka tingkat kepuasan pasien semakin tinggi dan sebaliknya. Kepuasan pelanggan atau pasien tidak