

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, rumah sakit bukan hanya mengembangkan misi sosial. Aspek bisnis dalam pengelolaan rumah sakit sudah menjadi konsekuensi wajar dari dunia modern. Karena itu, rumah sakit tidak perlu mengesampingkan upaya promosi tambahan. Perusahaan atau organisasi bisnis dalam industri rumah sakit yang dapat memberikan pelayanan yang memiliki daya saing tinggi akan memiliki kemampuan untuk mendominasi pasar dalam hal ini (Ashar,A, 2016).

Salah satu perusahaan atau organisasi dalam bidang adalah instalasi kesehatan. yang berupaya untuk meningkatkan kesehatan masyarakat yaitu rumah sakit. Rumah sakit merupakan institusi pelayanan Kesehatan bagi masyarakat dengan karakteristik tersendiri. Karakteristik tersebut berupa menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat jalan, rawat inap, dan gawat darurat (Peraturan Pemerintah, 2021).

Persaingan antara rumah sakit juga terjadi di Pekanbaru, dari data tahun 2021 jumlah rumah sakit hingga saat ini berjumlah 31 unit dengan rincian rumah sakit umum berjumlah 26 unit, rumah sakit khusus berjumlah 5 unit. Data tersebut menunjukkan bahwa adanya persaingan yang terjadi antara rumah sakit karna banyaknya pilihan bagi konsumen (Dianti, 2017).

Banyaknya rumah sakit yang ada di pekanbaru menyebabkan persaingan yang cukup ketat dan menjadikan tantangan bagi pengelola rumah sakit. Hal ini berpengaruh terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan terutama pasien umum, pasien pembayaran umum adalah pasien yang berobat dengan melakukan pembayaran mandiri dari seluruh biaya pengobatan dan perawatan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dalam pasien umum bebas dalam memilih layanan yang akan digunakan, berbeda dengan pasien BPJS adanya rujukan dari lembaga kesehatan yang ditunjuk BPJS Kesehatan juga terbatas dan tidak fleksibel. Meskipun mereka (rumah sakit) sama-sama bekerja sama dengan BPJS, peserta BPJS hanya dapat memilih satu fasilitas kesehatan untuk rujukan dan tidak dapat ke fasilitas kesehatan lain (Pertiwi, 2017).

Peningkatan fasilitas kesehatan menjadi prioritas utama pemerintah untuk memastikan layanan medis tinggi dan merata di seluruh negeri, disisi lain persaingan antara rumah sakit swasta dan pemerintah mendorong inovasi dan peningkatan standar pelayanan demi kepuasan pasien. Dalam persaingan yang ketat, merek bisa menjadi segalanya untuk menarik perhatian dan membuat orang menggunakan jasa. Penggunaan jasa mengutamakan merek ketika mereka membeli barang atau jasa konsumen secara rasional percaya bahwa merek tertentu dapat memberikan jaminan kualitas, yang merupakan dasar dari banyak pertimbangan tersebut. Secara emosional, merek dapat dianggap mampu mempertahankan atau meningkatkan citra dan gengsi penggunanya (Rusmin, 2017).

Sikap dan tindakan yang ada pada konsumen (pasien) dalam memilih pelayanan kesehatan yang dibutuhkan untuk dirinya dipengaruhi oleh citra merek. Citra merek (*brand image*) merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap merek. terdapat lima dimensi untuk mengukur *brand image* melalui *corporate image* (citra perusahaan) yaitu : *corporate identity* (identitas perusahaan), *physical environment*

(lingkungan fisik), *contact personelle* (karyawan), dan *service offering* (pelayanan yang diberikan) (Karmita, 2021).

Identitas rumah sakit dengan reputasinya, kenyamanan fasilitas, profesionalisme staf, dan kualitas pelayanan yang diberikan sangat mempengaruhi kepuasan pasien. Konsumen yang puas dengan produk akan lebih senang untuk membeli dan menggunakan produk tersebut, serta akan lebih gampang untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Konsumen yang tidak puas akan suatu produk cenderung lebih sulit untuk membeli dan menggunakan produk tersebut, serta akan lebih sulit untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain (Pristiyono, 2023).

Berdasarkan penelitian oleh Arlinandari Ashar (2016) dengan judul “Analisis Hubungan Antara *Brand Image* (Citra Merek) dengan Pemanfaatan Pelayanan Rawat Inap Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Makassar” menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan yang signifikan antara identitas perusahaan, lingkungan fisik, karyawan, pelayanan yang diberikan dengan pemanfaatan layanan rawat inap di rumah sakit swasta kota Makassar.

Selain itu berdasarkan penelitian oleh Nurliyah (2022) dengan judul “ Hubungan Citra Merek (*Brand Image*) dengan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan pada Unit Rawat Inap Rumah Sakit Anugrah Unit Rawat Inap Rumah Sakit Anugrah Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang” menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat hubungan signifikan *corporet identity* terhadap Keputusan pasien memilih pelayanan kesehatan pada unit rawat inap, dan adanya hubungan signifikan *physical, environment, contact personnel, service offering* dengan Keputusan pasien memilih pelayanan kesehatan pada unit rawat inap rumah sakit Anugrah Pangkajene.

Berdasarkan hasil survei awal yang peneliti lakukan ke RSUD Arifin Ahmad dengan telaah dokumen, didapatkan hasil bahwa terdapat penurunan jumlah kunjungan pasien umum rawat inap yang signifikan, hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit
RSUD Arifin Ahmad 2021-2023

	Tahun		
	2021	2022	2023
Umum	874	1.103	907

Sumber: Laporan Kunjungan RSUD Arifin Achmad 2021-2023

Tabel diatas, dapat dilihat bahwa kunjungan pasien dari tahun 2021 dengan jumlah 874, tahun 2022 dengan jumlah 1.103, dan tahun 2023 dengan jumlah 907. Dari angka-angka tersebut menunjukkan bahwa jumlah pasien yang tadinya meningkat dari 874 menjadi 1.103 terjadi peningkatan sebesar 229 pasien, akan tetapi terjadinya penurunan pada tahun 2023 yaitu sejumlah 907 penurunan jumlah pasien sebesar 196 pasien. Namun data tersebut harus mendapat perhatian bagi RSUD Arifin Ahmad yang merupakan rumah sakit tipe A dimana fasilitas mereka sudah mencukupi dari standar pelayanan.

Berdasarkan dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Terhadap Pasien Dengan Pembayaran Umum dalam Memilih Layanan Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Ahmad”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah penelitian ini adalah “ **Bagaimana Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Terhadap Keputusan**

Pasien Dengan Pembayaran Umum Dalam Memilih Layanan Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Ahmad Provinsi Riau”.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ditulis maka ada beberapa tujuan yang ingin dicapai yaitu adalah “Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pasien Dengan Pembayaran Umum Dalam Memilih Layanan Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Ahmad Provinsi Riau”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi RSUD Arifin Ahmad

Penelitian ini diharapkan dapat menambah banyak masukan dan sebagai sumber informasi bagi pihak rumah sakit dalam meningkatkan kinerja operasional karyawan yang mana akan lebih bermanfaat baik dimasa saat ini maupun masa yang akan datang.

1.4.2 Bagi Universitas Awal Bros

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian di bidang pelayanan di masa yang akan datang serta dapat memperluas pemahaman para pembaca.

1.4.3 Peneliti

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti terutama mengenai Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Ahmad Provinsi Riau.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di bagian Instalasi Rawat Inap RSUD Arifin Ahmad Provinsi Riau pada tanggal 13 Juni-13 Juli 2024. Adapun yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah pasien di instalasi rawat inap RSUD Arifin Ahmad, untuk mengetahui apakah adanya Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Terhadap Pasien Dengan Pembayaran Umum dalam Memilih Layanan Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Ahmad. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya mencakup terhadap variabel identitas rumah sakit (*corporate identity*), lingkungan fisisk (*physical environment*), karyawan (*contact personelle*), pelayanan yang diberikan (*service offering*). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif dan jenis penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan pengambilan sampel menggunakan *probability sempling*.