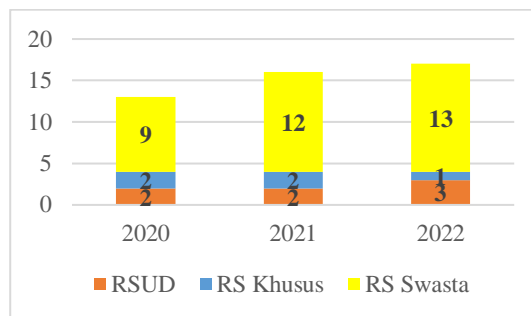


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini layanan kesehatan di Indonesia terus berkembang setiap tahunnya. Berdasarkan Profil Kesehatan Indonesia tahun 2021, selama kurun waktu tahun 2018-2022 jumlah rumah sakit di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 9,2%. Pada tahun 2018 jumlah rumah sakit sebanyak 2.813 meningkat menjadi 3.072 pada tahun 2022. Dengan rincian 2.561 Rumah Sakit Umum dan 511 Rumah Sakit Khusus. (Kemenkes RI, 2022). Perkembangan jumlah rumah sakit di Kabupaten Lamongan setiap tahunnya juga semakin meningkat, dapat dilihat dalam grafik berikut :



Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Rumah Sakit di Lamongan Tahun 2020 – 2022
Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Lamongan, 2022

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan kenaikan jumlah RS di Kabupaten Lamongan pada tahun 2022 sebanyak RSUD 3 RS, RS Khusus sebanyak 1 RS, dan RS Swasta 13 RS, sehingga semakin banyaknya RS menimbulkan persaingan yang mendorong peningkatan mutu jasa kesehatan serta kualitas layanan yang diberikan harus sesuai dengan standar pelayanan sehingga dapat menciptakan kepuasan pasien dan membuat pasien tetap

bertahan pada jasa pelayanan kesehatan tersebut. Di samping itu, perkembangan dan kecanggihan teknologi yang semakin pesat saat ini dapat menjadi tantangan tersendiri bagi rumah sakit karena teknologi memberikan kemudahan untuk mengakses informasi terkait layanan kesehatan serta membuat masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan, juga memudahkan mereka dalam menentukan produk atau jasa yang di inginkan.

Pelanggan memegang peran penting dalam mencapai keberhasilan dan kesuksesan rumah sakit. Rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan terbaik dapat menciptakan kepuasan pasien akan menguasai pangsa pasar bahkan mendominasi pasar. RSUD Muhammadiyah Babat berada di Kecamatan Babat yang merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Lamongan dengan daerah cukup luas yaitu 63 km², serta jumlah penduduk sekitar 76,282 jiwa, menempati peringkat ke tiga kepadatan penduduk yaitu sebesar 1211,4 per km², dan merupakan penduduk terbanyak ke dua di Kabupaten Lamongan. Kecamatan Babat berada dilokasi yang strategis karena dekat dengan jalan raya pantura dan banyak pasar-pasar serta pertokoan sehingga adanya pelayanan kesehatan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan.

RSUMB menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat karena bukan satu-satunya layanan kesehatan di wilayah Babat, akan tetapi banyak layanan kesehatan lain yang dapat menjadi pesaingnya, antara lain yaitu RS Muhammadiyah Babat, RSUD Permata Bunda dan RS NU Babat. Oleh karena itu RSUMB harus bisa meningkatkan kualitas pelayanannya untuk menjadi

yang paling unggul dan dapat mempertahankan pangsa pasarnya agar tetap bertahan di antara para pesaingnya.

Untuk mengetahui tingkat efisiensi, kualitas dan mutu rumah sakit dapat menggunakan beberapa indikator seperti BOR (*Bed Occupancy Ratio*) yaitu angka penggunaan tempat tidur, BTO (*Bed Turn Over*) untuk mengetahui angka perputaran tempat tidur, TOI (*Turn Over Interval*) yaitu tenggang perputaran tempat tidur dan LOS (*length of stay*) untuk perhitungan rata-rata lamanya pasien dirawat. (Rohman, dkk, 2018). Berikut tabel perbandingan data capaian Indikator kinerja pelayanan 3 rumah sakit di wilayah Babat tahun 2021 :

Tabel 1.1 Perbandingan Data Capaian Indikator Kinerja 3 Rumah Sakit

Indikator	Standar	Capaian			Keterangan
		RSUM Babat	RSU Permata Bunda	RS NU Babat	
Tahun berdiri	-	2020	2020	2021	-
Kelas RS	-	C	D	D	-
Jumlah TT	Kls C = 100 TT Kls D = 50 TT	102	50	55	Sesuai standar
Jumlah px RJ	-	22.739	4.856	377	-
Jumlah px RI	-	2.252	1.097	96	-
BOR	60-85%	29,5%	17,2%	2,2%	Belum sesuai standar
BTO	40-50 kali	28 kali	22 kali	2 kali	Belum sesuai standar
TOI	1-3 hari	9 hari	14 hari	205 hari	Belum sesuai standar
AVLOS	≤ 6-9 hari	3 hari	2 hari	4 hari	Sesuai standar

Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Lamongan, 2022

Berdasarkan data Profil Kesehatan Kabupaten Lamongan tahun 2021 menyatakan bahwa RSUMB telah memimpin persaingan diantara 2

pesaing lainnya terbukti dalam jumlah kunjungan pasien, capaian BOR, BTO, TOI, dan AVLOS di RSUMB merupakan capaian tertinggi diantara dua rumah sakit lain. Akan tetapi, meskipun telah unggul dalam persaingan, di RSUMB masih terdapat beberapa permasalahan seperti capaian indikator kinerja pelayanan yang belum sesuai dengan standar. Berikut data capaian indikator kinerja pelayanan di RSUMB tahun 2020-2022 :

Tabel 1.2 Data Indikator Kinerja Pelayanan RSUMB

Indikator	Standar	Capaian Per Tahun		
		2020	2021	2022
BOR	60-85%	9,94 %	29,52%	42,16%
BTO	40-50 kali	10,42 kali	27,8 kali	41 kali
TOI	1-3 hari	31,52 hari	9,25 hari	5 hari
AVLOS	≤ 6-9 hari	2,54 hari	2,88 hari	2,69 hari

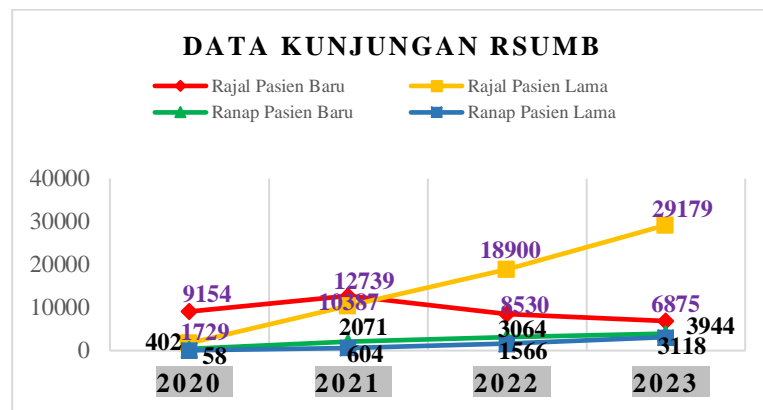
Sumber : Rekam Medis RSU Muhammadiyah Babat, 2023

Pada tabel 1.3 menunjukkan nilai BOR mengalami peningkatan setiap tahunnya akan tetapi capaiannya masih belum sesuai standar, capaian terakhir pada tahun 2022 sebesar 42,16%. Artinya pemanfaatan tempat tidur RSUMB masih rendah dan masih banyak TT yang tidak terpakai. Selanjutnya untuk nilai BTO pada tahun 2020 dan 2021 masih dibawah standar, namun terjadi peningkatan ditahun 2022 sebesar 41 kali sehingga dapat dikatakan pemanfaatan TT sudah optimal.

Nilai TOI di RSUMB masih dibawah standar, capaian terakhir tahun 2022 yaitu sebanyak 5 hari, idealnya yaitu 1-3 hari (Depkes RI. 2005, KEMENKES 2011). Hal itu menunjukkan bahwa penggunaan TT di RSUMB kurang efisien. Indikator terakhir yaitu AVLOS, secara

keseluruhan, nilai ideal yaitu kurang dari sama dengan 6-9 hari, dan capaian kinerja AVLOS di RSUMB sudah ideal yaitu sekitar 3 hari.

Kegigihan RSUMB dalam menghadapi persaingan rumah sakit untuk merebut pangsa pasar dan pelanggan dapat dilihat dari grafik data kunjungan pasien baik rawat jalan atau rawat inap di bawah ini:



Gambar 1.2 Data Kunjungan Rawat Jalan dan Rawat Inap RSUMB
Sumber : Rekam Medis RSU Muhammadiyah Babat, 2024

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa kunjungan pasien baik rawat jalan atau rawat inap yang semakin meningkat setiap tahunnya, sejak awal berdiri tahun 2020 hingga tahun 2023 telah mencapai 36054 kunjungan rawat jalan dan 7062 rawat inap. Peningkatan kunjungan tersebut lebih banyak pasien baru dibandingkan dengan pasien lama, khususnya untuk kunjungan rawat inap yang nilai BOR nya masih dibawah standar, dan grafik yang paling rendah.

Melihat permasalahan yang telah diuraikan diatas maka RSUMB harus bisa memenangkan persaingan dengan mempertahankan posisi atau bahkan meningkatkannya. Menurut (Indahsari, 2018) dalam memenangkan persaingan antar rumah sakit dapat menggunakan strategi pemasaran yang tepat, baik strategi mencari pelanggan baru ataupun strategi

mempertahankan pelanggan lama. Akan tetapi, mempertahankan pelanggan lama lebih baik diutamakan, sebab biaya yang dikeluarkan akan lebih murah dibandingkan mencari pelanggan baru. (Maulana, 2023)

Customer retention merupakan strategi mempertahankan pelanggan lama sebagai cara mengubah hubungan pelanggan agar menjadi pelanggan setia dalam jangka waktu yang lama, sehingga pelanggan tersebut tetap bertahan pada satu perusahaan dan tidak berpindah ke pesaing perusahaan, retensi diukur berdasarkan tingginya frekuensi pembelian produk atau jasa. (Kotler Philip, 2012; Schiffman & Wisenblit, 2015), yang bermanfaat untuk membangun relasi dengan pelanggan sehingga meningkatkan profitabilitas perusahaan. (Tjiptono, 2000)

Semakin tinggi *customer retention* dalam perusahaan maka semakin tinggi juga keuntungan yang didapatkan karena pelanggan setia akan semakin sering membeli produk atau jasa dalam jumlah yang lebih besar, dan mencoba produk atau jasa lain yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan menurunkan biaya pemasaran karena terbantu oleh pelanggan setia yang bersedia memberikan informasi dari mulut ke mulut yang positif. (Lupiyoadi, 2013). Menurut Syaqirah, (2014) indikator *customer retention* ada tiga yaitu memilih untuk membeli ulang, merekomendasikan kepada orang lain dan kepuasan keseluruhan.

Mempertahankan pelanggan dapat dilakukan dengan memberikan kepuasan, tetapi kepuasan saja tidak cukup untuk membuat pelanggan tersebut setia dan tidak beralih, pelanggan bisa saja beralih ke perusahaan

lain karena merasa tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu rumah sakit perlu menciptakan hambatan beralih atau *switching barriers* untuk dapat mempertahankan pelanggannya.

Switching barriers yang semakin tinggi membuat pelanggan yang bertahan juga semakin tinggi. Menurut Jones dkk (2000), *Switching barriers* yaitu faktor-faktor yang membuat pelanggan lebih sulit atau mahal untuk berganti atau berpindah ke penyedia layanan lain. Lupiyoadi, (2013) mengemukakan bahwa, *Switching barriers* terdiri dari 3 faktor, yaitu *Switching Cost* (Biaya Perpindahan), *Attractiveness Of Alternative* (Daya Tarik Alternatif) dan *Interpersonal Relationship* (Hubungan Interpersonal).

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wulandari (2014), Martha dan Anugrah (2023) yang menunjukkan hasil bahwa *switching barriers* berpengaruh positif terhadap *customer retention*. Penelitian yang dilakukan Sopiyan, pipih (2021) juga menunjukkan bahwa *switching barriers* berpengaruh positif dengan nilai kontribusi terbesar dibandingkan variabel lain terhadap *customer retention*. Penelitian lain oleh Istiqomawati, dkk (2022) memperoleh hasil bahwa *switching cost* berpengaruh positif terhadap *customer retention*. Akan tetapi perbedaan hasil pada penelitian yang dilakukan nurjannah dan juanim (2020), yang mengatakan bahwa *switching barriers* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *customer retention*.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor *switching barriers* terhadap *customer retention* sehingga peneliti akan meneliti 3 faktor *switching barriers*

yang meliputi *Switching Cost*, *Attractiveness Of Alternative*, dan *Interpersonal Relationship*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah Apakah Faktor-Faktor *Switching Barriers* berpengaruh terhadap *Customer Retention* di RS Umum Muhammadiyah Babat ?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Mengetahui pengaruh faktor *Switching Barriers* terhadap *Customer Retention* di RS Umum Muhammadiyah Babat.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengetahui pengaruh *Switching Cost* terhadap *Customer Retention* di RS Umum Muhammadiyah Babat.
2. Mengetahui pengaruh *Attractiveness Of Alternative* terhadap *Customer Retention* di RS Umum Muhammadiyah Babat.
3. Mengetahui pengaruh *Interpersonal Relationship* terhadap *Customer Retention* di RS Umum Muhammadiyah Babat.
4. Mengetahui pengaruh *Switching Cost*, *Attractiveness Of Alternative* dan *Interpersonal Relationship* secara simultan terhadap *Customer Retention* di RS Umum Muhammadiyah Babat.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan, referensi atau rujukan bagi mahasiswa dan pembaca lainnya tentang ilmu pemasaran mengenai *switching barriers* dan *customer retention* dalam rumah sakit.

1.4.2 Manfaat Bagi Praktisi

1. Bagi Rumah Sakit

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi rumah sakit khususnya dalam bidang pemasaran untuk menentukan strategi yang tepat dalam mempromosikan rumah sakit, mempertahankan pelanggan lama agar meminimalisir biaya promosi, meningkatkan kunjungan dan pendapatan, peningkatan kesehatan dalam masyarakat serta peningkatan mutu pelayanan.

2. Bagi Universitas Muhammadiyah Lamongan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau bahan pembelajaran dalam perkuliahan manajemen pemasaran rumah sakit.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan sumber referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait topik yang sama.