

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Rumah Sakit

2.1.1 Pengertian Rumah Sakit

Menurut Undang Undang Republik Indonesia nomor 44 tahun 2009, Rumah Sakit adalah Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat.

Menurut Wolper dan Pena yang dikutip oleh Azrul Azwar rumah sakit adalah tempat dimana orang sakit mencari dan menerima pelayanan kedokteran serta tempat dimana pendidikan klinik untuk mahasiswa kedokteran, perawat dan tenaga profesi kesehatan lainnya diselenggarakan (Azwar, 1996).

2.1.2 Tugas dan Fungsi Rumah Sakit

Menurut Undang Undang Republik Indonesia nomor 44 Tahun 2009 Rumah Sakit memiliki tugas yaitu Rumah Sakit mempunyai tugas memberikan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna.

Untuk menjalankan tugasnya, rumah sakit memiliki fungsi, yaitu:

1. penyelenggaraan pelayanan pengobatan dan pemulihan kesehatan sesuai dengan standar pelayanan rumah sakit.
2. pemeliharaan dan peningkatan kesehatan perorangan melalui pelayanan kesehatan yang paripurna tingkat kedua dan ketiga sesuai kebutuhan medis.

3. penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia dalam rangka peningkatan kemampuan dalam pemberian pelayanan kesehatan.
4. penyelenggaraan penelitian dan pengembangan serta penapisan teknologi bidang kesehatan dalam rangka peningkatan pelayanan kesehatan dengan memperhatikan etika ilmu pengetahuan bidang kesehatan.

2.1.3 Pelayanan Rumah Sakit Tipe D

Menurut Permenkes nomor 24 tahun 2014 Rumah Sakit Tipe D Pratama paling sedikit menyelenggarakan:

1. Pelayanan medik umum
2. Pelayanan gawat darurat
3. Pelayanan keperawatan
4. Pelayanan laboratorium pratama
5. Pelayanan radiologi
6. Pelayanan farmasi

2.2 Laboratorium

2.2.1 Pengertian Laboratorium

Laboratorium merupakan salah satu fasilitas medis yang ada di Rumah Sakit yang bertujuan untuk menunjang diagnosis suatu penyakit. Seorang dokter akan memberikan diagnosa kepada pasien setelah hasil pemeriksaan laboratoriumnya dirilis. Laboratorium di Rumah Sakit tidak hanya dituntut untuk dapat menyediakan tenaga medis yang handal, tetapi juga mampu memenuhi

segala harapan dan keinginan untuk dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pasien.

Laboratorium patologi klinik adalah sarana kesehatan yang melaksanakan pelayanan pemeriksaan dibidang hematologi, kimia klinik, parasitologi, imunologi, urin, hemostasis, yang berkaitan dengan kepentingan kesehatan perorangan terutama untuk menunjang upaya diagnosis penyakit, penyembuhan penyakit, dan pemulihan kesehatan (Sumenge et al., 2020).

Laboratorium patologi klinik merupakan laboratorium yang memberikan pelayanan berupa:

1. Pemeriksaan Kimia Klinik

Pemeriksaan laboratorium yang menganalisis cairan tubuh berdasarkan reaksi kimia dengan menggunakan sampel darah, urin, sputum, cairan otak, sekret, cairan ginjal sehingga menjadi skrining dan diagnosis penyakit (Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2010).

2. Pemeriksaan Hematologi

Pemeriksaan laboratorium yang menganalisis darah dan jaringan pembentuk darah sehingga dapat mengetahui adanya kelainan kualitas dan kuantitas dari eritrosit, leukosit, dan trombosit (Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2010).

3. Pemeriksaan Imunologi Klinik

Pemeriksaan laboratorium yang menganalisis sampel yang mengandung imunitas atau kekebalan tubuh sehingga dapat mendeteksi adanya infeksi virus, memperkirakan status imun, dan memantau respon

setelah dilakukan vaksinasi(Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2010).

4. Pemeriksaan Mikrobiologi Klinik

Pemeriksaan laboratorium yang melaksanakan pemeriksaan mikroskopis, biakan, identifikasi bakteri, jamur, virus, dan uji kepekaan (Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2010).

5. Pemeriksaan Parasitologi Klinik

Pemeriksaan laboratorium yang melaksanakan identifikasi parasit atau stadium dari parasit baik secara mikroskopis dengan atau tanpa pulasan, biakan atau imunisasi.(Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2010) Pemeriksaan parasitologi meliputi taksonomi, morfologi, siklus hidup, patologi dan epidemiologi penyakit yang ditimbulkan.

6. Pemeriksaan Patologi Anatomi

Pemeriksaan laboratorium yang melaksanakan pembuatan preparat histopatologi, pulasan khusus sederhana, pembuatan preparat sitologi, dan pembuatan preparat dengan teknik potong beku (Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2010).

2.3 Kunjungan Pasien

2.3.1 Definisi Kunjungan Pasien

Kunjungan yaitu setiap kedatangan pengunjung (pasien) ke rumah sakit untuk mendapatkan layanan yang tersedia (Sudra, 2010). Kunjungan dicatat setiap kali pasien datang dan mendapatkan satu atau beberapa layanan yang tersedia (Aritonang, 2005).

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Pasien

Menurut Budi Utami ada beberapa faktor yang mempengaruhi kemauan seseorang untuk berkunjung ke suatu rumah sakit (Utami, 2019) yaitu :

a. Kualitas Paramedis

Sumber Daya Manusia merupakan salah satu sumber daya yang terdapat dalam organisasi, meliputi semua orang yang melakukan aktifitas. Secara umum, sumber daya yang terdapat dalam organisasi bisa dikelompokkan atas dua macam yakni, sumber daya manusia, sumber daya non Manusia (Gomes, 1995).

dapat diketahui bahwa sumber daya manusia yang berkualitas itu adalah sumber daya manusia yang berpendidikan dan cerdas, semakin tinggi tingkat pendidikannya maka akan semakin berkualitas. Semakin baik kinerja karyawan, maka konsumen akan semakin terpuaskan. Pelanggan akan menyatakan puas, jika perusahaan yang diwakili karyawan mereka mampu memberikan kinerja layanan sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini akan menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang atas jasa yang ditawarkan perusahaan. Jadi, kepuasan pelanggan akan terbentuk jika karyawan berkinerja tinggi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perkembangan sekarang ini banyak konsumen semakin kritis sebelum dan sesudah membeli produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, yang dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik (Herawati et al., 2018).

Pentingnya kualitas pelayanan pada jasa kesehatan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna jasa (pasien), yang mana dalam hal ini dapat menghasilkan kepuasan pada pengguna jasa (pasien) yang menjadi indikator keberhasilan penyelenggaraan pelayanan di rumah sakit.

c. Fasilitas Pendukung

Fasilitas pendukung atau sarana dan prasarana yaitu segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan fasilitas yang berfungsi sebagai alat utama atau pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga dalam rangka kepentingan yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja. Dari pengertian sarana yg di katakan Moenir tersebut jelas memberi petunjuk sarana dan prasarana merupakan seperangkat alat yang digunakan dalam suatu proses kegiatan baik alat tersebut. Adalah peralatan pembantu atau juga peralatan utama, dan kedua alat tersebut berfungsi untuk mewujudkan suatu tujuan yang ingin di capai.(A S, 1992). Sarana dan prasarana rumah sakit sangatlah penting untuk mendukung pemberian pelayanan kesehatan yang bermutu, efektif, efisien dan untuk menjamin patient safety kepada pasien.

d. Tarif

Tarif adalah sejumlah atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan uang yang dibayarkan atas dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa (Armstrong & Kotler, 2003). Harga yang ditetapkan haruslah tepat atau sesuai di mata konsumen, karena harga yang tidak sesuai atau terlalu mahal malah justru akan membuat konsumen pindah ke pelayanan kesehatan lain. Karena itu harga yang ditetapkan pada umumnya terjangkau sesuai kemampuan ekonomi masyarakat setempat. Masyarakat berpikir bahwa Rumah Sakit yang diharapkan dapat memberikan pelayanan kesehatan yang mudah, murah, dan efisien.

e. Kemudahan Transportasi

Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu pemindahan/pergerakan dan secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain (Abbas, 2000). Kemudahan transportasi bagi seseorang untuk berobat ke rumah sakit juga penting apakah adanya transportasi umum yang melewati rumah sakit pilihannya dan apakah jenis transportasi yang digunakan seseorang tersebut dapat sampai ke rumah sakit pilihannya.

f. Kedekatan Lokasi

Rumah sakit umumnya menempati daerah yang cukup luas dan berlokasi dekat daerah yang padat penduduknya, karena rumah sakit bertujuan untuk melayani masyarakat umum secara luas (Tjiptono,

2007). Pemilihan lokasi rumah sakit sangatlah penting jika pemilihan lokasi rumah sakit tepat maka rumah sakit akan mendapatkan pelanggan yang sesuai dengan kelas rumah sakit yang telah ditentukan, dan semakin baik lokasi rumah sakit juga dapat meningkatkan kepuasan pasien.

g. Promosi

Menurut promosi adalah suatu komunikasi dari I penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana, 2019). Promosi merupakan salah satu cara perusahaan melakukan komunikasi melalui pesan yang didesain untuk menstimulasi terjadinya kesadaran, ketertarikan, dan berakhir dengan tindakan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan.

h. Pendapatan

Pendapatan atau upah adalah pembayaran atas jasa-jasa fisik yang disediakan oleh tenaga kerja kepada para pengusaha (Sadono, 1995). Pendapatan atau upah seseorang dapat menentukan seseorang memilih layanan kesehatan mana yang sesuai dengan kapasitasnya, jika ia memiliki pendapatan lebih maka ia akan memilih layanan kesehatan yang memiliki kualitas yang terbaik, jika ia memiliki pendapatan yang cukup maka ia akan memilih layanan kesehatan yang memiliki sistem subsidi seperti yang disediakan oleh pemerintah.

i. Pengalaman Pribadi

Pengalaman merupakan peristiwa-peristiwa pribadi yang terjadi dikarenakan adanya stimulus tertentu misalnya yang dilakukan oleh pihak pemasar sebelum atau sesudah pembelian barang atau jasa (Schmitt, 1999). Jika seseorang memiliki pengalaman pribadi yang baik terhadap rumah sakit pilihannya maka ia akan loyal dengan berobat kembali ke rumah sakit tersebut, sebaliknya, jika ia memiliki pengalaman pribadi yang kurang sesuai dengan harapannya maka ia akan mencari layanan kesehatan atau rumah sakit lain yang menurut ia lebih baik dari pilihan sebelumnya.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia (P. Kotler & Keller, 2007). Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan

memuaskan. Sedangkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan tidak sesuai yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Tjiptono, 2015). Goesth dan Davis juga mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen (D.L, 1994).

2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry 1985, berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas pelayanan yaitu:

1. Keandalan yang mencakup konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanannya secara tepat sejak awal (A et al., 1985).
2. Ketanggapan, yaitu kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan (A et al., 1985).
3. Kompetensi, artinya setiap pegawai perusahaan memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan pelayanan tertentu (A et al., 1985).
4. Akses, yaitu kemudahan untuk dihubungi atau ditemui, yang berarti lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi (A et al., 1985).
5. Kesopanan, yaitu sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan dari para kontak personal perusahaan (A et al., 1985).

6. Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat dipahami pelanggan serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan (A et al., 1985).
7. Kredibilitas, yaitu jujur dan dapat dipercaya. Disini menyangkut nama dan reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, kontak personal, dan interaksi dengan pelanggan (A et al., 1985).
8. Keamanan, yaitu aman (secara fisik, finansial dan kerahasiaan) dari bahaya, resiko atau keragu-raguan (A et al., 1985).
9. Pemahaman, the customer, yaitu upaya untuk memahami kebutuhan pelanggan (A et al., 1985).
10. Tampilan fisik, yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan misalnya kartu kredit plastic (A et al., 1985).

Dalam riset selanjutnya, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry 1988, menemukan adanya overlapping diantara beberapa dimensi diatas. Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut saat ini dikenal dengan sebutan *SERVQUAL* atau singkatan dari *Service Quality*. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan. Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati. Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. Tampilan Fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indikator yang paling konkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat (A et al., 1988).
2. Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat (A et al., 1988).
3. Ketanggapan yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan (A et al., 1988).
4. Jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal (A et al., 1988).

5. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan (A et al., 1988).

2.5 Metode Service Quality

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan riset adalah *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998) memiliki 5 dimensi, yaitu:

1. Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan pegawai, indikator untuk dimensi ini adalah:
 - a. Tentang bangunan yang digunakan.
 - b. Tentang desain interior.
 - c. Tentang peralatan yang digunakan.
 - d. Tentang kapasitas lahan parkir yang digunakan.
 - e. Tentang lokasi.
 - f. Tentang petugas dalam memberikan informasi.
 - g. Tentang petugas dalam memberikan solusi
2. Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, indikator untuk dimensi reliability adalah:
 - a. Tentang kepercayaan terhadap jasa yang diberikan.

- b. Tentang tingkat ketepatan dan kesesuaian antara informasi dengan layanan yang dilaksanakan.
 - c. Tentang pemenuhan janji.
3. Ketangapan yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, indikator untuk dimensi ini adalah:
 - a. Tentang kesiapan dalam rangka melayani pelanggan.
 - b. Tentang pelayanan yang diberikan.
 - c. Tentang pelayanan yang diberikan apabila menghadapi suatu kendala.
4. Jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, indikator untuk dimensi ini adalah:
 - a. Tentang keramahan pada saat memberikan pelayanan.
 - b. Tentang penampilan karyawan ketika melayani pelanggan.
 - c. Tentang penggunaan busana saat melayani pelanggan.
 - d. Tentang perlakuan khusus terhadap pelanggan.
 - e. Tentang kemampuan petugas dalam.
5. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan, indicator untuk dimensi ini adalah:
 - a. Tentang petugas dalam memberikan informasi mengenai produk jasa.

- b. Tentang petugas dalam memberikan solusi.

2.6 Analisis Gap

Gap Analysis merupakan suatu metode pengukuran untuk mengetahui kesenjangan (*gap*) antara kinerja suatu variabel dengan harapan konsumen terhadap variabel tersebut. Gap Analysis itu sendiri merupakan bagian dari metode IPA (*Importance-Performance Analysis*).

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*. *Importance Performance Analysis* digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut (Martilla & James, 1977))

$$\text{Skor Gap} = \text{Rerata kenyataan} - \text{Rerata Harapan}$$

Gap (+) positif akan diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari skor harapan, sedangkan apabila skor harapan lebih besar daripada skor persepsi akan diperoleh gap (-) negatif. Semakin tinggi skor harapan dan semakin rendah skor persepsi, berarti gap semakin besar. Apabila total gap positif maka pelanggan dianggap sangat puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Sebaliknya bila tidak, gap adalah negatif, maka pelanggan kurang/tidak puas terhadap pelayanan. Semakin kecil gapnya semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik, akan mempunyai gap yang semakin kecil (Irawan, 2002).