

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini kebutuhan masyarakat Kota Kupang akan sarana pelayanan kesehatan kian meningkat, sebagaimana terlihat melalui pertambahan jumlah rumah sakit sejak sepuluh tahun terakhir. Kondisi tersebut selain memberikan keleluasaan bagi masyarakat dalam mengakses layanan medis, pada sisi lain telah menciptakan persaingan ketat pada industri jasa kesehatan, sehingga setiap manajemen rumah sakit dituntut untuk memberikan pelayanan prima demi mewujudkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang yang diapresiasi pelanggan setelah membandingkan kinerja layanan kesehatan yang dirasakan, dengan harapannya. Jika kinerja layanan kesehatan yang dirasakan sesuai dengan harapan, maka pelanggan merasa puas (Pohan, 2007).

Sementara itu, Parasuraman, Zethaml dan Berry (2016: 41) mengidentifikasi kepuasan pelanggan berdasarkan lima indikator penilaian yang juga dirujuk oleh organisasi pelayanan kesehatan. Ke lima indikator tersebut adalah *tangibels*, *emphaty*, *reliabillity*, *responsiveness* dan *assurance*, sebagai suatu ukuran di mana unit layanan kesehatan menyediakan seluruh sumber daya yang dimiliki, untuk melakukan tindakan pelayanan yang dapat memenuhi harapan pasien, sebagai bentuk kepuasan atas pemanfaatan layanan kesehatan. Hal ini penting, sebab pembentukan

kepuasan tersebut akan membentuk loyalitas pelanggan terhadap pemanfaatan jasa rumah sakit, sebagai kunci keberhasilan bisnis.

Rumah Sakit (R S) Carollus Borromeus merupakan salah satu unit rumah sakit swasta yang telah beroperasi sejak tahun 2012 di Kota Kupang. Beberapa jenis pelayanan yang tersedia pada rumah sakit ini terdiri dari unit layanan poli rawat jalan, rawat inap, unit gawat darurat, laboratorium, instalasi farmasi rumah sakit dan berbagai unit layanan terkait lainnya. Demi mendukung keseluruhan pelayanan tersebut, manajemen rumah sakit menghadirkan unit layanan apotik sebagai fasilitas Instalasi Farmasi Rumah Sakit (IFRS).

Pekerjaan kefarmasian yang dimaksud adalah kegiatan yang menyangkut pembuatan dan pengendalian mutu sediaan farmasi, yang berperan sebagai tempat penyelenggaraan semua kegiatan pekerjaan kefarmasian dalam penyediaan obat- obatan yang dibutuhkan dalam operasional rumah sakit (Kementrian Kesehatan Republik Indonesia: PMK Nomor 58/ 2014 sebagai pengganti Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 1197 Tahun 2004).

Meskipun berperan sebatas unit layanan kefarmasian, kinerja layanan apotik memberikan kontribusi yang berarti bagi keberhasilan bisnis rumah sakit. Karena itu manajemen apotik perlu berusaha agar layanan kefarmasian yang dilakukannya benar- benar dapat mewujudkan kepuasan pasien. Namun hal tersebut belum sepenuhnya diwujudkan, di mana pada penelitian ini

ditemukan, layanan yang diberikan petugas apotik belum sesuai harapan pasien.

Sebagaimana dikemukakan pelanggan bahwa pelayanan yang berlangsung di apotik cenderung tidak dilakukan petugas melalui komunikasi yang ramah, serta petugas kurang menunjukkan kepedulian terhadap keluhan pelanggan. Selain itu pelanggan juga merasa tidak nyaman di mana kondisi tempat duduk yang tidak tersedia secara cukup sehingga sebagian pengunjung harus mengantri obat sambil berdiri.

Sebagai inisiatif untuk memulihkan kondisi ini maka diperlukan upaya perbaikan, yang didasari oleh pemikiran analitis pada faktor- faktor kepuasan pelanggan. Menurut Budiastuti dalam Noria (2017), kepuasan pelanggan dalam pemanfaatan produk atau jasa perusahaan, ditentukan oleh sejumlah faktor penting yang terdiri dari kualitas pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya. Sementara itu, Moison, Walter dan White dalam Nooria (2008) mengemukakan bahwa kepuasan pasien ditentukan oleh karakteristik produk, harga, pelayanan, lokasi, fasilitas, *image*, desain visual, waktu tunggu dan suasana. Melihat begitu banyaknya faktor tersebut, maka penulis membatasi kajian kepuasan pelanggan pada faktor *human capital* dan *organization capital*, dengan waktu tunggu sebagai intervening variabel.

Edwinson dan Malone (2017: 104) mengemukakan bahwa *human capital* bukan sekedar keberadaan sumber daya manusia yang dinilai secara fisik, melainkan sekumpulan nilai yang diinvestasikan karyawan dalam menunjang pelaksanaan tugas. Nilai- nilai tersebut mencakup nilai mental

serta pengetahuan maupun pengalaman yang dibutuhkan individu dalam mendukung pelaksanaan tugas.

Bagi organisasi penyelenggara layanan kesehatan, pengelolaan *human capital* perlu dilakukan secara efektif sehingga nilai- nilai kompetensi yang melekat pada diri karyawan dapat diakomodir untuk melaksanakan suatu pekerjaan secara tepat, guna menciptakan kepuasan pelanggan dalam pemanfaatan layanan medis.

Sesuai informasi yang diperoleh dari manajer apotik, diketahui bahwa dalam menjalankan pelayanan kefarmasian, petugas apotik belum menagktualisasikan nilai- nilai *human capital* secara efektif seperti pengetahuan, keahlian, kemampuan dan keterampilan (Gaol, 2014: 696). Tak jarang di saat memberikan pelayanan kepada pasien, petugas tidak memberikan penjelasan spesifik tentang penggunaan obat. Selain itu, petugas juga menolak untuk menawarkan alternatif pilihan kepada pasien atas permintaan jenis obat yang tidak tersedia di apotik. Hal ini menunjukkan nilai- nilai *human capital* belum diaktualisasikan secara efektif dalam pelaksanaan tugas kefarmasian di apotik Carrollus Borromeos Kupang.

Organizational capital juga merupakan faktor yang berperan membentuk kepuasan pelanggan. Davey et al (2009) dalam Raja (2017), mengemukakan bahwa *organizational capital* merupakan bagian dari elemen *intellectual capital*, yang merupakan *asset* suatu organisasi yang diandalkan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Pembentukan *organization capital* dalam organisasi ditentukan oleh sejumlah aspek, mencakup kerja sama, budaya organisasi, kepemimpinan, motivasi kerja dan keselarasan pelaksanaan tugas dengan tujuan organisasi. Suatu organisasi yang dapat mengkondisikan kerja sama tim tentu dapat mengakomodir kemampuan kerja seluruh karyawan guna menjamin pelaksanaan tugas. Demikian halnya budaya organisasi, sebagai nilai-nilai prinsipil yang dianut semua anggota organisasi yang juga menjadi pandangan yang memotivasi untuk bekerja dalam suatu pemikiran yang sama demi mewujudkan kemajuan organisasi.

Sementara itu, untuk menjamin pelaksanaan tugas dapat berjalan secara efektif, maka peran kepemimpinan menjadi begitu penting untuk memberikan arahan dan motivasi yang mampu membangkitkan semangat para karyawan untuk bekerja berdasarkan nilai-nilai yang selaras dengan tujuan organisasi. Kondisi ini memberikan peluang kepada organisasi untuk mewujudkan tujuan pelaksanaan tugas (Zablah, Bellenger dan Johnston, 2004).

Sebagai insentif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan kefarmasian pada apotik Carollus Borromeos, maka manajemen rumah sakit perlu menciptakan nilai-nilai *organizational capital*. Namun sesuai informasi yang didapatkan dari manajer apotik terkait nilai-nilai *organizational capital* yakni kerja sama, budaya organisasi, kepemimpinan, motivasi kerja dan keselarasan pelaksanaan tugas dengan tujuan organisasi (Zablah, Bellenger dan Johnston, 2004), belum diaktualisasikan secara efektif.

Manajer apotik mengemukakan bahwa dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, petugas apotik cenderung bekerja secara individual. Selain itu, ditengarai bahwa pimpinan apotik kurang memberikan arahan, sehingga masih ada petugas yang belum termotivasi dan belum melaksanakan tugas sesuai tujuan pelayanan apotik, yakni membantu menyediakan perbekalan dan meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian di RS Carrolus Borromeus Kupang.

Selain itu, salah satu fenomena mencemaskan yang selalu hadir dalam setiap pelayanan kefarmasian di apotik ialah waktu tunggu pengambilan obat. Waktu tunggu merupakan total waktu yang dibutuhkan untuk satu siklus pelayanan resep, yang dinyatakan sebagai waktu tunggu pelayanan resep (waktu yang dibutuhkan oleh pasien sampai menerima obat dan atau informasi obat) (Septini R 2012).

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan terhadap pasien, diketahui bahwa pasien cenderung meluangkan waktu yang relatif lama untuk memperoleh pelayanan di apotik. Untuk layanan pengambilan obat racikan dibutuhkan waktu lebih dari 30 menit, sementara layanan pengambilan obat nonracikan dibutuhkan waktu lebih dari 20 menit (standar waktu layanan R.S Carrolus Borromeos Kupang)

Belum efektifnya aktualisasi nilai-nilai *human capital* dan *organization capital*, menciptakan waktu tunggu yang relatif lama dalam perolehan obat, sehingga berdampak terhadap ketidakpuasan pelanggan dalam pemanfaatan layanan kefarmasian di apotik Carollus Boromeos Kupang.

Beberapa penelitian yang dilakukan untuk menganalisis pengaruh *human capital* dan *organizational capital* terhadap kepuasan pelanggan melalui mediasi waktu tunggu, telah dilakukan. Rudiyanto dan Mutiah (2018) melakukan penelitian berjudul pengaruh *human capital*, *relational capital* dan *organizational capital* terhadap kinerja pegawai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai- nilai *human capital* yang teridentifikasi melalui kompetensi pelaksanaan tugas dari sejumlah ASN, seperti pengetahuan, kealihan, sikap dan komitmen, terbukti memberikan pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja pegawai.

Sementara itu, Divianto (2021) melakukan penelitian dengan judul pengaruh faktor- faktor *intelectual capital*, *human capital*, *structural capital/organization capital* dan *customer capital* terhadap *business performance* (survery pada perusahaan swasta di Palembang). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif *human capital*, *customer capital* dan *structural capital* terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan pemikiran logis, fakta- fakta empiris dan uraian hasil penelitian yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka perlu dilakukan penelitian berjudul **“Pengaruh *Human Capital* dan *Organizational Capital* Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Waktu Tunggu Sebagai Variabel Intervening di Apotik Carollus Borromeus Kupang”**.

1.2 Masalah Penelitian

Sesuai uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagaimana persepsi responden terhadap *human capital*, *organizational capital*, waktu tunggu dan kepuasan pelanggan?
2. Apakah variabel *human capital* berpengaruh signifikan terhadap variabel waktu tunggu?
3. Apakah variabel *organizational capital* berpengaruh signifikan terhadap variabel waktu tunggu?
4. Apakah variabel *human capital* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan?
5. Apakah variabel *organizational capital* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan?
6. Apakah variabel waktu tunggu berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan?
7. Apakah variabel waktu tunggu dapat memediasi secara signifikan pengaruh variabel *human capital* terhadap variabel kepuasan pelanggan?
8. Apakah variabel waktu tunggu dapat memediasi secara signifikan pengaruh variabel *organizational capital* terhadap variabel kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui.

1. Persepsi responden terhadap *human capital*, *organizational capital*, waktu tunggu, dan kepuasan pelanggan.

2. Signifikansi pengaruh variabel *human capital* terhadap variabel waktu tunggu
3. Signifikansi pengaruh variabel *organizational capital* terhadap variabel waktu tunggu
4. Signifikansi pengaruh variabel *human capital* terhadap variabel kepuasan pelanggan
5. Signifikansi pengaruh variabel *organizational capital* terhadap variabel kepuasan pelanggan.
6. Signifikansi pengaruh variabel waktu tunggu terhadap variabel kepuasan pelanggan.
7. Signifikansi peranan variabel waktu tunggu dalam memediasi pengaruh variabel *human capital* terhadap variabel kepuasan pelanggan
8. Signifikansi peranan variabel waktu tunggu dalam memediasi pengaruh variabel *organizational capital* terhadap variabel kepuasan pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian memberikan manfaat baik pada aspek praktis maupun teoritis, sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini menjadi ranah pengujian relevansi antar konsep- konsep teoritis yang diuji pada penelitian ini, yaitu *human capital*, *organizational capital*, waktu tunggu serta kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini menjadi referensi bagi manajemen Rumah Sakit Santu Carrollus Borromeos Kupang dalam upaya meminimalisir waktu tunggu guna meningkatkan kepuasan pelanggan atas pelayanan kefarmasian, melalui aktualisasi nilai- nilai *human capital* serta *organizational capital* secara efektif.