

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya teknologi dan informasi menyebabkan pengetahuan masyarakat meningkat baik ditingkat lokal maupun global, sehingga masyarakat lebih selektif dalam memilih fasilitas layanan yang digunakan. Pemilihan fasilitas layanan tersebut biasanya ditempuh masyarakat dengan cara memanfaatkan bantuan dari berbagai macam media yang kemudian dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan layanan yang digunakan. Salah satu layanan yang penting untuk masyarakat adalah layanan kesehatan.

Sebab pada dasarnya setiap orang membutuhkan tubuh yang sehat dalam menjalankan aktifitasnya sehingga mereka dapat melakukan kegiatannya dengan baik. Maka dari itu dibutuhkan layanan kesehatan yang optimal sehingga pihak rumah sakit harus memberikan salah satu fasilitas yang mendukung kepuasan masyarakat (pasien) diantaranya pelayanan seperti *customer relations*.

Customer Relations adalah suatu kegiatan perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar tidak berpaling ke pesaing. Hubungan dengan pelanggan merupakan penambahan nilai yang berada di atas produk itu sendiri yang dalam hal ini produk industri jasa kesehatan didapat dari interaksi antara karyawan rumah sakit dengan pelanggan itu sendiri. Hal ini di dukung oleh pendapat Drs.Danan Djaja, *customer relations* merupakan “salah satu bentuk

kegiatan external *public relations* yang kegiatannya diarahkan untuk menciptakan hubungan dengan publik, pemakai jasa, atau publik konsumen” (Djaja, 2011 : 39).

Pasien (*customer*) haruslah dipuaskan, karena kalau mereka tidak puas akan meninggalkan rumah sakit dan menjadi pelanggan pesaing, pasien akan merasa tidak puas kalau kebutuhan dan harapannya tidak di penuhi. Pasien akan puas kalau apa yang dialami lebih baik dari yang diharapkan dan akan kecewa kalau terjadi sebaliknya.

Melihat kenyataan tersebut, pihaknya perlu melaksanakan kegiatan pelayanan yang baik atau prima kepada pasien (masyarakat) dengan tujuan menarik perhatian atau menyenangkan pasien dan untuk memberikan kepuasan kepada pasien sehingga pasien tidak pindah ke rumah sakit lain.

Pasien sebagai konsumen selalu memilih rumah sakit yang menurutnya bagus dalam memberikan pelayanan, kesehatan pasien sangat penting bagi rumah sakit dari sudut konsumennya sebagai pengguna jasa kesehatan rumah sakit.

Seiring bertambahnya rumah sakit, yang berarti pula terjadinya peningkatan persaingan dalam melayani masyarakat (pasien). Pihak rumah sakit berusaha menciptakan dan menawarkan berbagai macam pelayanan dengan menampilkan sebaik mungkin pelayanan agar dapat merebut perhatian konsumen yang membutuhkan pelayanan jasa kesehatan.

Persaingan jasa kesehatan rumah sakit tidak hanya berasal dari faktor-faktor fisik tetapi juga ditentukan oleh sistem pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pasien, perubahan-perubahan pola pikir masyarakat

yang selain menginginkan penyembuhan penyakit tetapi juga menginginkan kepuasan dari pelayanan rumah sakit.

Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat adalah rumah sakit milik pemerintah Kota Cimahi Provinsi Jawa Barat sejak 2001 yang sebelumnya di bawah naungan Pemerintah Kabupaten Bandung. RSUD Cibabat Cimahi yang melayani masyarakat dalam bidang kesehatan baik pelayanan secara umum maupun pelayanan yang bersifat spesialistik dengan jumlah pegawai ada 820 yang terdiri dari tenaga medis dan tenaga non medis dengan 67% merupakan tenaga medis dan 27% merupakan tenaga non medis.

Pelayanan RSUD Cibabat Cimahi kepada masyarakat yaitu pelayanan rawat jalan untuk poliklinik, pelayanan Instalasi Gawat Darurat (IGD), Pelayanan Rawat Inap, Pelayanan Tindakan Operatif (Di Kamar Operasi), Pelayanan Persalinan, Pelayanan bagi Keluarga Miskin (GAKIN) dan Pelayanan BPJS. Cakupan Pasien RSUD Cibabat Cimahi setiap tahunnya meningkat karena cakupan RSUD Cibabat Cimahi tidak hanya wilayah kota Cimahi saja melainkan termasuk Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat dan Kota Bandung.

RSUD Cibabat Cimahi, menjadi salah satu rumah sakit yang meraih penghargaan berupa Sertifikat Akreditasi Rumah Sakit berupa tanda lulus Paripurna Bintang Lima, Sertifikat tersebut dikeluarkan oleh Komisi Akreditasi Rumah Sakit (KARS) pada hari Sabtu 21 Januari 2017 bertepatan dengan HUT RSUD Cibabat Cimahi, dengan meraihnya penghargaan ini RSUD Cibabat

Cimahi mengindikasikan menjadi manajemen rumah sakit yang siap berubah ke arah yang lebih baik lagi dalam berbagai aspek seperti pelayanan dan fasilitas.

Salah satu faktor yang mendukung RSUD Cibabat Cimahi menjadi salah satu rumah sakit yang bersertifikat Paripurna Bintang Lima yaitu dari segi pelayanan yang baik, dalam artian membina hubungan baik dengan pelanggan dapat menguntungkan pihak rumah sakit dalam jangka panjang.

Cara memberikan pelayanan yang baik diantaranya adalah memberikan pelayanan secara wajar tidak memandang bulu hal tersebut dimaksudkan agar para pelanggan merasa diakui dan merasa senang. Oleh karena itu rumah sakit sangat memerlukan *customer relations* yang baik agar setiap kegiatan/program yang berhubungan dengan pasien dapat tersampaikan dengan baik dan mendapat reputasi positif dimata penggunanya.

Seperti halnya yang terjadi pengalaman pada salah satu keluarga peneliti, mereka sangat menyayangkan pelayanan RSUD Cibabat Cimahi. Hal ini disebabkan oleh cara kerja petugas pelayanan dibagian apotik yang terkesan lambat sehingga pelanggan merasa dirugikan dalam hal waktu karena resep yang diberikan merupakan hal yang sangat penting terkait kesembuhan pasien.

Alasan memilih RSUD Cibabat Cimahi sebagai objek penelitian karena RSUD Cibabat Cimahi sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa kesehatan, mau tidak mau akan selalu dihadapkan pada persoalan terkait dengan pelanggan (pasien). Sekali saja pelanggan (pasien) merasa kecewa, saat itu juga permasalahan timbul, ini merupakan salah satu indikator bahwa pelayanan RSUD

Cibabat Cimahi belum dapat memenuhi kepuasan pelanggan yang paling mendasar.

Sebagai institusi pelayanan kesehatan yang bergerak di bidang jasa kesehatan, RSUD Cibabat Cimahi perlu menanamkan citra yang baik tentang pelayanan dan kondisi rumah sakit kepada masyarakat, agar jasa yang disampaikan tersebut terkesan dan dapat memberi kepuasan kepada pemakai jasa kesehatan.

Usaha tersebut dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan demi kemajuan rumah sakit itu sendiri, pada akhirnya untuk mencapai dan mempengaruhi pembentukan *image* perusahaan di mata masyarakat. Untuk itu perusahaan atau rumah sakit perlu melakukan *customer relations* untuk memberikan yang terbaik bagi masyarakat (pasien).

Agar dapat memenangkan persaingan yang semakin kompetitif tersebut, tuntutan akan kebutuhan dan kepuasan yang diinginkan konsumen haruslah diwujudkan dalam bentuk pelayanan yang baik dan memuaskan. Hal ini merupakan salah satu kunci keberhasilan rumah sakit untuk mengetahui apakah konsumen (pasien) telah memperoleh kesesuaian antara yang diharapkan dengan pelayanan yang diberikan.

Atas dasar pertimbangan sebagaimana diuraikan peneliti, menarik peneliti untuk melakukan penelitian tentang strategi *customer relations* dalam menangani keluhan pelanggan dengan menggunakan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif yang bersifat induktif. Studi kasus bertujuan untuk mengetahui

karakteristik sebuah perusahaan dari cara meningkatkan konsumen sebuah kasus. Studi kasus yang digambarkan pada konteks penelitian di atas mendasari keinginan peneliti untuk menggali kegiatan-kegiatan yang dialami informan serta menelusuri proses dari strategi *customer relations* dalam menangani keluhan pelanggan.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi *Customer Relations* Dalam Menangani Keluhan Pelanggan.”

1. Bagaimana *fact finding* Humas Rumah Sakit Cibabat Cimahi dalam strategi *customer relations*?
2. Bagaimana *planning* Humas Rumah Sakit Cibabat Cimahi dalam strategi *customer relations*?
3. Bagaimana *communicating* Humas Rumah Sakit Cibabat Cimahi dalam strategi *customer relations*?
4. Bagaimana *evaluating* Humas Rumah Sakit Cibabat Cimahi dalam strategi *customer relations*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di rumuskan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui *fact finding* Humas Rumah Sakit Cibabat Cimahi dalam strategi *customer relations*.

2. Untuk mengetahui *planning* Humas Rumah Sakit Cibabat Cimahi dalam strategi *customer relations*.
3. Untuk mengetahui *communicating* Humas Rumah Sakit Cibabat Cimahi dalam strategi *customer relations*.
4. Untuk mengetahui *evaluating* Humas Rumah Sakit Cibabat Cimahi dalam strategi *customer relations*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini di harapkan bisa sebagai masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang kehumasan mengenai kemampuan *Public Relations* dalam mengembangkan strategi *Customer Relations* di perusahaan tersebut memakai strategi humas yang ia kuasai, serta sebagai data empiris dalam mengembangkan hubungan eksternal di perusahaan tersebut.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi Humas Rumah Sakit Cibabat Cimahi dalam mengembangkan strategi humas dalam pelaksanaan strategi *customer relations*, serta sebagai masukan bagi para praktisi Humas sebagai salah satu saran untuk meningkatkan kemampuan.

1.4.3 Kegunaan Akademik

Sebagai masukan dan informasi bagi para peneliti dan pembaca dalam hal pengembangan penelitian yang akan datang, serta diharapkan sebagai penambah pengetahuan baik bagi jurusan.

1.5 Landasan Pemikiran

Penelitian mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Chandra Irawan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan *Public Relations*, Universitas Mercu Buana, Jakarta. (skripsi 2009). Penelitian ini berjudul *Aktivitas Customer Relations PT.Unilab Perdana Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Pelanggan*.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan metode studi kasus, melakukan wawancara sebagai alat pengumpulan data. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan wawancara mendalam dengan *key informan* sebagai data primer dan data sekundernya melalui wawancara kepada *customer* serta data-data yang ada pada perusahaan seperti *company profile*.

Hasil penelitian ini membahas bahwa dalam membina hubungan baik dengan *customer relations* di PT.Unilab Perdana adalah merupakan tanggung

jawab dari semua bagian perusahaan. Bagian *customer relations* PT.Unilab Perdana hanya bersifat sebagai penunjang program kerja yang telah ditentukan dengan menciptakan image perusahaan di masyarakat. Dalam membina hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang dilakukan perusahaan terhadap customer maka ada pelanggan yang merasa puas dan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Indah Mariana Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta. (skripsi 2009). Penelitian ini berjudul Strategi Aktivitas *Customer Relations* Rumah Sakit Atmajaya Dalam Memberikan Kepuasan Kepada Pasien.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitiannya deskriptif dengan pendekatan kualitatif dimana teknik penelitian data melalui wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini membahas kepuasan pasien RSA, guna untuk menjalin hubungan baik dan mempertahankan pelanggan (pasien) maka RSA melakukan aktivitas dalam memberikan kepuasan kepada pasien dalam bentuk perhatian (menampung dan mendengar keluhan, menjawab serta memberikan keterangan yang sejelas-jelasnya), memberikan kenyamanan baik dari fasilitas, sikap dan tindakan, memberikan kebebasan memilih, memberi keamanan, menyediakan pelayanan kesehatan diluar rumah sakit, memberikan pelayanan yang wajar, meningkatkan SDM RSA, meningkatkan mutu pelayanan dan lainnya untuk membuat pasien selalu memilih RSA sebagai rumah sakit utama dalam berobat

Masih banyak kekurangan dalam penerapan strategi baik dalam pelayanan di antaranya kekurangan SDM membuat pelayanan kurang maksimal. Penelitian terdahulu ini sama-sama menggunakan metode kualitatif, dan penelitian yang akan dilaksanakan sama-sama menjelaskan tentang *customer relations*.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Muchlish Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta. (skripsi 2007). Penelitian ini berjudul Strategi *Customer Relations* Dalam Memberikan Kepuasan Pelanggan Di PT. Panen Lestari Internusa.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan metode studi kasus, melakukan wawancara sebagai alat pengumpulan data. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan wawancara mendalam dengan *key informan* sebagai data primer dan data sekundernya melalui wawancara kepada *customer* serta data-data yang ada pada perusahaan seperti *company profile*.

Hasil penelitian ini membahas bahwa dalam membina hubungan baik pelanggan dengan *customer relations* hanya bersifat sebagai penunjang operasional program. Strategi yang digunakan untuk menunjang terlaksananya sebuah program dalam menjalin hubungan dengan pelanggan sehingga terciptanya hubungan yang harmonis. Program pertama yaitu *Fact Fanding* mengidentifikasi faktor-faktor eksternal, tahap selanjutnya masuk pada strategi memperhatikan *Planing* dalam pembuatan program, strategi selanjutnya menggunakan *Communication* dengan menggunakan telepon, *face to face*, majalah, brosur,

email. Evaluasi digunakan untuk mengetahui apa strategi yang digunakan berhasil atau tidak, kegiatan *customer relations* tersebut merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam memberikan kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu ini sama-sama menggunakan metode kualitatif, dan penelitian yang akan dilaksanakan sama-sama menjelaskan tentang strategi *customer relations*.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Irene Nataprawira Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Jakarta. (skripsi 2012). Penelitian ini berjudul Strategi *Customer Relations* Panti Sosial Sasana Tresna Werdha Budi Mulia V Jelambar Jakarta Barat Melalui Pendekatan Model *Communicative Competence*.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitiannya deskriptif dengan pendekatan kualitatif dimana teknik penelitian data melalui wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pekerja telah melaksanakan aspek-aspek dalam model *communicative competence* melalui kemampuannya membaca situasi, berperan dan menetapkan tujuan dalam melakukan pelayanan sebagai implementasi strategi *customer relations* pada PSTW Budi Mulia V Jelambar, Jakarta Barat.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Eva Oktaviani Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “veteran”, Jakarta. (skripsi 2011). Penelitian ini berjudul Strategi Customer

Relations Dalam Menangani Keluhan Pelanggan di Balai Karantina Pertanian Semarang.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitiannya deskriptif dengan pendekatan kualitatif dimana teknik penelitian data melalui wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini membahas bahwa strategi yang di gunakan Balai Karantina Pertanian Semarang dalam menangani keluhan pelanggan yaitu dengan cara kooperatif terhadap konsumen. Customer service memberikan pelayanan yang baik dan memprioritaskan penanganan sesegera mungkin terhadap keluhan pelanggan dengan cara menanggapi serta mengatasi semua permasalahan yang diajukan pelanggan berdasarkan keluhannya, customer relations dibagi menjadi dua bagian yaitu pelayanan konsumen dan informasi khusus.

Tabel 1

Tabel Penelitian Terdahulu

Judul penelitian	Nama Peneliti	Metode penelitian	Hasil penelitian	Relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan
Aktivitas Customer Relations PT.Unilab Perdana Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Pelanggan	Chandra Irawan (skripsi 2009)	Pendekatan Kualitatif deskriptif dan metode studi kasus	Hasil penelitian ini membahas bahwa dalam membina hubungan baik dengan customer relations di PT.Unilab Perdana adalah merupakan tanggung jawab dari semua bagian perusahaan. Bagian <i>customer relations</i> PT.Unilab Perdana hanya bersifat sebagai penunjang	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, dalam hal aktivitasi <i>customer relations</i> .	Penelitian terdahulu ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, dan penelitian yang akan dilaksanakan sama-sama berkaitan dengan <i>customer relations</i> namun

			program kerja yang telah ditentukan dengan menciptakan image perusahaan di masyarakat. Dalam membina hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang dilakukan perusahaan terhadap customer maka ada pelanggan yang merasa puas dan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.		menjelaskan aktivitas dari <i>customer relations</i> .
Aktivitas <i>Customer Relations</i> Rumah Sakit Atmajaya Dalam Memberikan Kepuasan Kepada Pasien	Indah Mariana (skripsi 2009)	Pendekatan Kualitatif deskriptif dan metode studi kasus	Hasil penelitian ini membahas kepuasan pasien RSA, guna untuk menjalin hubungan baik dan mempertahankan pelanggan (pasien) maka RSA melakukan aktivitas dalam memberikan kepuasan kepada pasien dalam bentuk perhatian (menampung dan mendengar keluhan, menjawab serta memberikan keterangan yang sejelas-jelasnya), memberikan kenyamanan baik dari fasilitas, sikap dan tindakan, meberikan kebebasan memilih, memberi keamanan, menyediakan pelayanan kesehatan diluar rumah sakit, memberikan pelayanan yang wajar, meningkatkan SDM RSA, meningkatkan mutu pelayanan dan lainnya untuk membuat pasien	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, dalam hal <i>customer relations</i>	Penelitian terdahulu ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, dan penelitian yang akan dilaksanakan bebrbeda karena penelitian terdahulu menjelas aktivitas customer relations bukan <i>strategi customer relations</i>

			selalu memilih RSA sebagai rumah sakit utama dalam berobat		
Strategi <i>Customer Relations</i> Dalam Memberikan Kepuasan Pelanggan Di PT. Panen Lestari Internusa	Muchlish (skripsi 2007)	Pendekatan Kualitatif deskriptif dan metode studi kasus	Hasil penelitian ini membahas bahwa dalam membina hubungan baik pelanggan dengan <i>customer relations</i> hanya bersifat sebagai penunjang operasional program. Strategi yang digunakan untuk menunjang terlaksananya sebuah program dalam menjalin hubungan dengan pelanggan sehingga terciptanya hubungan yang harmonis. Program pertama yaitu <i>Fact Fanding</i> mengidentifikasi faktor-faktor eksternal, tahap selanjutnya masuk pada strategi memperhatikan <i>Planing</i> dalam pembuatan program, strategi selanjutnya menggunakan <i>Communication</i> dengan menggunakan telepon, <i>face to face</i> , majalah, brosur, email. Evaluasi digunakan untuk mengetahui apa strategi yang digunakan berhasil atau tidak, kegiatan <i>customer relations</i> tersebut merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam memberikan kepuasan pelanggan.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, dalam hal <i>strategi customer relations</i>	Penelitian terdahulu ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, dan penelitian yang akan dilaksanakan bebrbeda karena penelitian terdahulu menjelas <i>strategi customer relations</i>
Strategi <i>Customer Relations</i> Pantii Sosial Sasana Tresna Werdha Budi Mulia	Irene Nataprawira (skripsi 2012)	Pendekatan Kualitatif deskriptif dan metode	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pekerja telah melaksanakan aspek-	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi	Penelitian terdahulu ini sama-sama menggunakan

V Jelambar Jakarta Barat Melalui Pendekatan Model <i>Communicative Competence</i> .		studi kasus	aspek dalam model <i>communicative competence</i> melalui kemampuannya membaca situasi, berperan dan menetapkan tujuan dalam melakukan pelayanan sebagai implementasi strategi customer relation pada PSTW Budi Mulia V jelambar, Jakarta Barat.	pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, dalam hal <i>strategi customer relations</i>	Pendekatan kualitatif, dan penelitian yang akan dilaksanakan sama-sama berkaitan <i>strategi customer relations</i> namun penelitian terdahulu menggunakan strategi yang berbeda yaitu menggunakan model <i>communicative competence</i>
Strategi Customer Relations Dalam Menangani Keluhan Pelanggan di Balai Karantina Pertanian Semarang.	Eva Octaviani (skripsi 2011)	Pendekatan Kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini membahas bahwa strategi yang digunakan Balai Karantina Pertanian Semarang dalam menangani keluhan pelanggan yaitu dengan cara kooperatif terhadap konsumen. Customer service memberikan pelayanan yang baik dan memprioritaskan penanganan sesegera mungkin terhadap keluhan pelanggan dengan cara menanggapi serta mengatasi semua permasalahan yang diajukan pelanggan berdasarkan keluhanannya, customer relations dibagi menjadi dua bagian yaitu pelayanan konsumen dan informasi khusus.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, dalam hal <i>strategi customer relations</i>	Penelitian terdahulu ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, dan penelitian yang akan dilaksanakan bebrbeda karena penelitian terdahulu menjelas <i>strategi customer relations</i>

1.5.1 Public Relations

Public relations adalah fungsi manajemen yang menyatakan, membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan

berbagai macam publik, dimana hal tersebut dapat menentukan sukses atau gagalnya organisasi (Yulianita, 2012:35-36). Sedangkan menurut IPRA (*International Public Relations Associations*) yang dikutip oleh (Ruslan, 2004: 17), *public relations* merupakan fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama, melibatkan manajemen, dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *public relations* atau hubungan masyarakat merupakan suatu fungsi manajemen dimana dalam menjalankan fungsinya dibutuhkan program komunikasi, *goodwill*, juga kepercayaan terhadap organisasi atau perusahaan juga terhadap publik atau masyarakat sekitar dalam rangka mencapai tujuan dari perusahaan dan juga dalam menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan dukungan masyarakat agar tercipta hubungan yang baik antara perusahaan dengan publik dalam hal ini masyarakat sekitar.

Public Relations atau kadang disebut dengan istilah hubungan masyarakat (humas) memiliki posisi yang sangat penting dalam sebuah organisasi, terutama bila organisasi tersebut sering berinteraksi dengan masyarakat luas. *Public Relations* sangat menentukan perwajahan organisasi tersebut di mata masyarakat luas. Hal tersebut disebabkan karena *Public Relations*-lah yang merupakan salah satu front liner penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat.

1.5.2 Strategi

Untuk dapat mengetahui definisi strategi pelayanan, sebelumnya harus memahami pengertiannya, oleh karena itu, penulis menjelaskan dibawah ini uraian tentang definisi strategi: Strategi berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti “seni berperang” suatu strategi memiliki dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju, jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *stratagos*, yang berarti memimpin, dalam konteks awalnya strategi diartikan sebagai *negeralship* atau suatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan peperangan.

Strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi, Teguh Santoso mengemukakan “strategi adalah seni seorang panglima tertinggi seni memproyeksikan dan mengarahkan gerakan-gerakan yang lebih besar dari militer dan pengoperasian suatu kampanye”(Santoso,2008:12).

1.5.3 *Customer Relations*

Frank Jefkins, menyatakan bahwa *customer relations* adalah “kegiatan-kegiatan humas yang pada khususnya diarahkan kepada para konsumen atau khalayak”(Jefkins,1996:9). Peneliti mengidentifikasi *customer relations* menurut Frank Jefkins adalah bahwa kegiatan-kegiatan humas tersebut merupakan sebagai pendekatan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dan keuntungan perusahaan, selain itu kegiatan ini dimaksudkan untuk membina hubungan baik

dengan konsumen yang mengarah pada hubungan yang baik antara kedua belah pihak.

Menurut Drs.Danan Djaja, *customer relations* merupakan “salah satu bentuk kegiatan *external public relations* yang kegiatannya diarahkan untuk menciptakan hubungan dengan publik, pemakai jasa, atau publik konsumen” (Djaja, 2011 : 39).

Jika diidentifikasi pengertian *customer relations* menurut Drs.Danan Djaja adalah bahwa *customer relations* merupakan bentuk kegiatan dari hubungan humas dengan publik eksternalnya. Kegiatan ini dilakukan untuk membina hubungan dan kerjasama yang baik antara humas dengan pelanggannya agar pelanggan tersebut tidak berpaling dan memakai produk / jasa yang ditawarkan. Dari kedua kesimpulan tersebut, maka penulis menyimpulkan bahwa *customer relations* merupakan salah satu bentuk kegiatan dari eksternal humas yang kegiatannya diarahkan kepada publik pemakai jasa atau konsumen. *Customer Relations* merupakan simpul penting dan disinilah kontak terjadi yakni ketika menghadapi pelanggan saat menjawab pertanyaan,demonstrasi,pengambilan sampel,transaksi,pengiriman yang berkaitan dengan pelayanan perusahaan.

1.5.4 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah sesuatu yang bersifat abstrak, sukar untuk diukur serta sangat subjektif sifatnya, beberapa pendapat tentang hal ini adalah sebagai berikut. Kepuasan menurut Richard Oliver yaitu hasil dari penilaian dari

konsumen bahwa produk / pelayanan telah memberikan kenikmatan, disini tingkat pemenuhan ini bisa lebih / kurang.

Dari definisi diatas maka kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Sedangkan aspek kepuasan dikaitkan dengan mutu pelayanan kesehatan. Dimana definisi mutu pelayanan kesehatan itu sendiri adalah menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan dalam menumbuhkan rasa puas pada diri setiap pasien.

1.5.5 Four Step *Public Relations*

Adapun seperti yang dikatakan *Cutlip* dan *Center*, proses *Public Relations* sepenuhnya mengacu pendekatan manajerial, bahwa *Public Relations* adalah kegiatan dimana proses kegiatannya melalui 4 tahap, yakni:

1) *Fact Finding* (Pengumpulan Data)

Yakni sebuah proses untuk mengenali dan mendefinisikan masalah yang dihadapi oleh organisasi sebagai dasar acuan untuk penyusunan langkah selanjutnya bagi *Public Relations* sebagai masukan kebijakan bagi pihak manajemen.

2) *Planning and Programming* (Perencanaan)

Perencanaan merupakan segala informasi atau data masukan atau input yang diperoleh berkaitan dengan hal atau permasalahan yang dihadapi kedalam bentuk rencana tindakan untuk memecahkannya. Perencanaan *Public Relations* merupakan suatu proses kesinambungan dan selalu memerlukan peninjauan agar tindakan yang diambil sesuai dengan aturan yang ditetapkan.

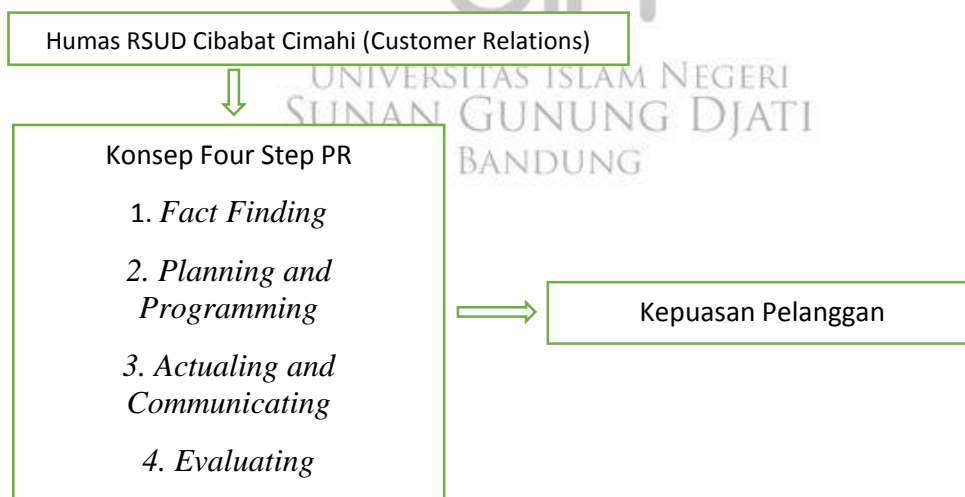
3) *Actuating and Communicating* (Pelaksanaan Program)

Pelaksanaan program merupakan tahap dimana rencana program yang telah ditetapkan dilaksanakan atau diimplementasikan ke dalam suatu bentuk program aksi sebagai langkah nyata pemecahan masalah *Public Relations* yang dihadapi. Setelah mengumpulkan fakta dan menetapkan rencana.

4) *Evaluating* (Evaluasi/penilaian)

Suatu tahapan yang dilaksanakan untuk menentukan atau memperlihatkan nilai suatu program termasuk pengelolaan maupun hasil atau dampak pelaksanaannya. Melalui evaluasi, *Public Relations* akan mengetahui faktor-faktor yang menjadi kegagalan ataupun keberhasilan suatu program, sehingga dapat ditentukan langkah-langkah selanjutnya yang seharusnya dilakukan. (Yulianita, 2012:123-125)

Kerangka Pemikiran



1.6 Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian di lakukan di Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat yang terletak di Jl. Jend. H. Amir Machmud No. 140, Cibabat, Cimahi Utara, Kota Cimahi. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan dimana Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat tersedia banyak data-data objektif yang diperlukan selama penelitian.

1.6.2 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif yang berinteraksi dengan dunia objek material. Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan. Von *Grasselfed* dalam Ardianto (2010: 50) menyatakan:

“Konstruktivisme menyatakan bahwa realitas sosial memiliki bentuk yang bermacam-macam, berdasarkan pengalaman sosial, bersifat spesifik dan tergantung pada orang yang melakukan. Konstruktivisme dapat ditelusuri melalui cara berfikir manusia yang bertindak sebagai agen konstruksi realitas sosial, cara yang dilakukannya adalah dengan memahami atau memberikan makna atas perilaku mereka sendiri”

1.6.3 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan atau pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini diharapkan peneliti mendapatkan gambaran realitas dari metode *Strategi Customer Relations* Rumah Sakit Umum

Daerah Cibabat yang akan lebih dalam akan suatu informasi dan perwujudan realitas yang ada.

Pendekatan kualitatif mengharuskan penelitian memiliki kemampuan analisa yang tajam dan mendalam, tujuannya agar penelitian yang dilakukan menghasilkan data yang bersifat holistik dan komprehensif, seperti yang dikemukakan Ardianto bahwa:

Dalam pendekatan kualitatif analisis datanya tidak menggunakan bantuan ilmu statistic tetapi menggunakan rumus 5W=1H (*Who, What, When, Where, Why, dan How*) yang paling penting dicermati dalam analisis penelitian kualitatif adalah *why* (analisis lebih dalam atau penafsiran interprets lebih dalam ada apa dibalik fakta dan data hasil penelitian itu mengaa bisa seperti itu) (Ardianto, 2010: 58)

1.6.4 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian “Strategi Customer Relations Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Di Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi” adalah metode studi kasus. Studi kasus digunakan untuk penelitian yang objek penelitiannya spesifik, dalam hal ini peneliti akan meneliti mengenai penerapan Strategi *Customer Relations*, maka objek peneliti pilih adalah Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi. Studi kasus juga dipilih karena peneliti ingin mengetahui secara menyeluruh mengenai Strategi *Customer Relations* seperti apa yang di terapkan Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi melalui pertanyaan *how* (bagaimana) dan *why* (mengapa), hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Robert K. Yin, bahwa:

Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti

hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata. Selain itu, penelitian studi kasus dapat dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu studi-studi kasus eksplanatoris, eksploratoris, dan deskriptif (Robert K.Yin, 2015: 1)

Peneliti mengamati proses penerapan Strategi *Customer Relations* yang ada di Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi, dimana rumah sakit memiliki berbagai cara untuk bisa menarik hati Pasien dalam menggunakan jasa kesehatannya.

1.6.5 Sumber Data

Data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sumber data primer, yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama yaitu Kepala/Manager atau staff dari Humas di Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi.
- 2) Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, tesis dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.6.6 Teknik Pemilihan Informan

Peneliti menggunakan teknik penentuan dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya orang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap paling tahu dan mengerti tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti. Narasumber yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang

berkaitan langsung dan memiliki pengetahuan di bidangnya, yaitu Humas yang paling mengetahui tentang Strategi *Customer Relations*.

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Humas Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi dengan kriteria:

- 1) Informan adalah Staf- staf di bidang Humas di Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat. Peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa informan merupakan individu-individu yang berhubungan langsung dalam kegiatan Strategi *Customer Relations*.
- 2) Informan adalah Kepala/Manager pada bidang Humas di Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat, yang paham dalam kegiatan Strategi *Customer Relations* yang sesuai dengan penelitian yang dikaji yaitu mengenai Strategi *Customer Relations* dalam Kepuasan pasien (*customer*).

1.6.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Wawancara Mendalam

Teknik wawancara dalam penelitian pendekatan kualitatif dibagi menjadi tiga kategori, yaitu 1) wawancara dengan cara melakukan pembicaraan informan (*informal conversational interview*), 2) wawancara umum yang terarah (*general interview approach*), dan 3) wawancara terbuka yang standar (*standardized open-ended interview*).

Keunggulan utama wawancara ialah memungkinkan peneliti mendapatkan jumlah data yang banyak, sebaliknya kelemahan karena wawancara melibatkan aspek emosi, maka kerjasama yang baik antara pewawancara, yang bersangkutan harus mampu membuat pertanyaan yang tidak menimbulkan jawaban yang panjang yang bertele-tele sehingga jawaban menjadi tidak focus. Sebaliknya dari sisi yang diwawancarai, yang bersangkutan dapat dengan enggan menjawab secara terbuka dan jujur apa yang ditanyakan oleh pewawancara atau bahkan dia tidak menyadari adanya pola hidup yang berulang yang dialaminya sehari-hari.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil tatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan social yang relative lama. Dengan demikian, kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan.

Alasan yang menyadari teknik wawancara mendalam kepada Humas Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi, karena peneliti ingin memahami secara otentik dan terbuka sehingga peneliti dapat memahami kegiatan *Strategi Customer Relations* sesuai Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi lakukan setiap unitnya.

2) Observasi Partisipatif

Peneliti menggunakan observasi partisipatif, dengan observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dan dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

Perusahaan atau organisasi pemerintah misalnya, peneliti dapat berperan sebagai karyawan, ia dapat mengamati bagaimana perilaku karyawan dalam bekerja, bagaimana semangat kerjanya, bagaimana hubungan satu karyawan dengan karyawan lain, hubungan karyawan dengan supervisor dan pimpinan, keluhan dalam melaksanakan pekerjaan dan lain-lain. Peneliti menggunakan observasi partisipatif pada partisipatif pasif, bertujuan karena dalam penelitian peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

Teknik observasi partisipatif pasif digunakan peneliti selain mengingat bahwa kegiatan Strategi *Customer Relations* di Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi, membutuhkan informasi-informasi yang jelas sesuai dengan tahapan regulasi yang ada dan biasanya dibuat oleh pihak internal yaitu Humas Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi, peneliti juga ingin mendapatkan

data observasi yang alami dan sesungguhnya (*real*) sesuai objek penelitian yaitu *Strategi Customer Relations* di Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi.

3) Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam hal ini dokumen Bogdan menyatakan “ *In most of qualitative research the phrase document is used broadly to refer to any first person narrative produced by an individual which describes his or her own actions, experience and belief*”

Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/ dapat dipercaya kalau didukung oleh sejarah pribadi kehidupan di masa kecil, di sekolah, di tempat kerja, di masyarakat, dan autobiografi. Hasil penelitian penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.

Tetapi perlu dicermati bahwa tidak semua dokumen memiliki kredibilitas yang tinggi. Sebagai contoh banyak foto yang tidak mencerminkan keadaan

aslinya, karena foto dibuat untuk kepentingan tertentu. Demikian juga autobiografi yang ditulis untuk dirinya sendiri, sering subyektif.

Peneliti mengacu pada buku-buku maupun literature yang berhubungan dengan penelitian terutama seperti fungsi, tujuan kegiatan Strategi *Customer Relations*, sehingga penelitian ini tidak hanya berdasarkan pandangan peneliti, melainkan diperkaya dengan adanya kontribusi dari buku-buku, laporan literatur dan dokumen-dokumen lain yang terkait penelitian.

1.6.8 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu melakukan interpretasi pada data yang ada dengan menggunakan tataran ilmiah atau logika. Data yang diperoleh hasil observasi dan wawancara langsung di lapangan, selanjutnya dikumpulkan dan dikategorikan berdasarkan jenisnya, baik primer ataupun sekunder.

Proses analisi data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari observasi dan wawancara. Setelah dibaca, dipelajari dan di telaah, maka langkah berikutnya mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan cara membuat abstraksi. Langkah berikutnya adalah mneyusunnya dalam satuan-satuan itu kemudian dikategorikan pada langkah berikutnya (Bungin, 2001: 290). Analisis data ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilapangan rencana nya di mulai dari bulan Mei sampai dengan Juli. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data mentah yang terdapat di lapangan. Data tersebut berasal dari observasi dan wawancara yang merupakan sumber data primer yang dilakukan terhadap informan-informan yang dipilih sesuai kriteria yang ditetapkan, dan dengan kajian dokumen. Pada tahap ini peneliti menganalisi semua data yang terkumpul, dan lalu akan dipilah-pilah nama data-data yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Dalam menganalisis data yang sudah terkumpul, maka dibuatkan deskriptif data, maksudnya adalah peneliti mengubah data informasi kedalam bentuk tulisan atau narasi.

2) Reduksi Data

Reduksi dapat berarti membuat abstraksi atau rangkuman inti dari jawaban-jawaban yang diajukan kepada informan. Lalu dibentuk satuan-satuan yang kemudian dikelompokkan berdasarkan kategori tertentu sehingga dapat diorganisaikan secara lengkap, sistematis dan rinci, sehingga menggambarkan topik yang diteliti.

3) Penyajian Data

Setelah data didapat, peneliti melakukan analisis data dengan cara menginterpretasikan data pengamatan peneliti di lapangan dan di landasan teori yang ada. Interpretasi mengacu pada upaya memahami data secara lebih ekstensif dan mendalam. Penelitian perseftif menegnai apa yang sedang diteliti dan

3.	Melaksanakan Penelitian							
	Menganalisa dan Mengolah Data							
	Menulis Laporan							
	Melaksanakan Bimbingan Skripsi							
4.								
	Melaksanakan Bimbingan Akhir Skripsi							
	Melaksanakan Sidang Skripsi							
	Menyelesaikan Revisi Skripsi							