

PENGARUH EMPATHY PERAWAT TERHADAP LOYALITAS PASIEN UMUM

Atiek Murharyati ¹⁾

¹ Prodi Profesi Ners STIKes Kusuma Husada Surakarta

amorhayati@yahoo.com

ABSTRAK

Pelayanan jasa rumah sakit membutuhkan empathy perawat sebagai salah satu bagian dari komunikasi perawat. Komunikasi perawat yang kurang baik menjadikan pasien kecewa dan mudah menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Pelayanan keperawatan yang berkualitas didukung oleh komunikasi perawat sebagai sarana pemasaran interaktif. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi empathy perawat dan loyalitas pasien serta menganalisis pengaruh empathy terhadap loyalitas pasien. Penelitian kuantitatif, menggunakan sampel sejumlah 183 responden, dengan teknik purposive sampling di RSUD Kabupaten Sukoharjo. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner. Analisa data menggunakan product moment, regresi linier sederhana. Analisa univariat diperoleh hasil empathy tergolong baik, dan pasien menunjukkan loyal. Analisa bivariat dengan studi korelasi product moment, dan regresi linier sederhana. Hasil analisis bivariat menunjukkan ada pengaruh empathy terhadap loyalitas pasien (p value 0,0001). Empathy perawat sebagai sarana pemasaran interaktif mempengaruhi loyalitas pasien, karena pemasaran interaktif menjadi salah satu pilar manajemen pemasaran jasa di rumah sakit. Manajemen rumah sakit sebaiknya melakukan evaluasi kepuasan pasien

Kata kunci: empathy perawat, loyalitas pasien.

ABSTRACT

Hospital services requires empathy nurses as one part of the communication nurse. A bad communication of a nurse will make the patient disappointed and this patient will easily tell his/her experience to other people. A qualified nursing service is supported by a nurse's good communication as a mean of interactive marketing. This research is aimed to identify the characteristics of nurses' empathy, and also patients' loyalty, as well as to analyze the influence of empathy to the patients' loyalty. The quantitative research used a sample of 183 respondents, using purposive sampling technique in RSUD Kabupaten Sukoharjo (Sukoharjo Regency). The data were collected by giving questionnaires. The data analysis used product moment, a simple linier regression. Univariate analysis resulted in empathy is considered good, and the patient showed loyalty. Bivariate analysis used a correlation study of product moment, and simple linier regression. The result of bivariate analysis showed there was an influence for empathy for the patients' loyalty (p value 0,0001). Empathy nurses as an interactive marketing influences patients' loyalty since interactive marketing becomes one of an important thing for service marketing management in the hospital. A hospital management should conduct an evaluation on the patients' satisfaction

Key words: empathy nurses, patients loyalty.

1. PENDAHULUAN

Strategi rumah sakit dalam meningkatkan volume penjualan, dengan memuaskan kebutuhan sehingga pasien sebagai sumber pendapatan rumah sakit akan loyal kepada rumah sakit.¹ Jumlah perawat di Rumah sakit sekitar 60% dan selama 24 jam mendampingi pasien, maka perawat harus memberikan pelayanan berkualitas (Momon S, 2008).

Pemasaran yang dilakukan oleh perawat dengan pasien sebagai pelanggannya disebut pemasaran interaktif, dalam bentuk komunikasi perawat untuk yang salah satu indikatornya adalah *empathy*. *Empathy* adalah perilaku perawat untuk mau mendengarkan, mengerti, dan memperhatikan pasien. Pengertian lain adalah keinginan perawat untuk memahami apa yang dialami pasien dari perspektif pasien, sehingga memungkinkan perawat mengidentifikasi masalah pasien lebih jelas (Lisa K.S, 2009).

Hakim menyampaikan bahwa ada penilaian negatif terhadap perawat yang diungkap dari beberapa survei kepuasan pelanggan, keluhan, saran, kebanyakan karena tidak profesional dalam memberikan pelayanan, adanya perawat kurang ramah, acuh atau kurang memperhatikan pasien (Haryanto A.N., 2009).

Loyalitas pelanggan merupakan kunci utama dari perusahaan untuk menang dalam persaingan, baik dalam perusahaan jasa maupun perusahaan barang (Fandy T., 2002). Menurut Supranto tentang loyalitas adalah “Pelanggan yang loyal mampu menjadi *spiritual advocates* yang akan terus membela produk atau perusahaan dalam keadaan apapun dan terus merekomendasikannya kepada orang lain” (Ismawan N.L, 2008)

Berdasarkan hasil observasi kepada 10 perawat dalam melaksanakan komunikasi kepada pasien pada bulan November 2012, beberapa perawat saat berbicara dengan pasien badan kurang condong ke arah pasien, diantaranya berbicara sambil berlalu, beberapa perawat saat berkomunikasi dengan mata kurang rileks, dua perawat memotong ungkapan pembicaraan dari pasien, mayoritas perawat tampak berbicara terkesan terburu-buru, dua perawat berbicara dengan nada suara keras.

Hasil lainnya menunjukkan terdapat 13 orang yang sakit dengan kondisi harus rawat inap sejak 12 bulan terakhir dengan berbagai jenis penyakit, namun hanya 2 orang yang menggunakan jasa pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Sukoharjo dengan alasan jarak tempuh dekat dan yang penting sakitnya bisa sembuh, dan diperoleh data bahwa 7 orang mengatakan terdapat perawat kurang ramah, terkesan acuh, dan terdapat pula perawat yang bersuara keras atau kurang halus sehingga terasa kurang *empathy*, dan kurang ada kedekatan dengan pasien.

Berdasarkan beberapa studi pendahuluan dan hasil penelitian sebelumnya yang telah tersebut diatas, maka tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh *empathy* perawat terhadap loyalitas pasien.

2. PELAKSANAAN

- a. Lokasi dan waktu penelitian
Tempat penelitian di RSUD Kabupaten Sukoharjo, dan waktu pelaksanaan penelitian dimulai sejak Januari 2014
- b. Populasi dan sampel penelitian
Rata-rata jumlah pasien rawat inap umum per bulan 337 pasien, maka besar respondennya adalah 183 pasien. Tetapi peneliti menambah sejumlah 10% (19 pasien) sehingga menjadi 202 pasien, dengan alasan sebagai cadangan seandainya terdapat pasien yang tidak mengisi kuesioner

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dengan *cross sectional* atau studi potong lintang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Univariat

- a. Empathy
Gambaran *empathy* perawat di kriteriakan berdasarkan *mean* karena distribusi data *empathy* normal. Dikatakan *empathy* baik jika lebih dari 26,42 dan *empathy* kurang baik jika kurang dari atau sama dengan 26,42. Dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1. Distribusi frekuensi responden berdasarkan *empathy* perawat bulan Juni tahun 2013 di RSUD Kabupaten Sukoharjo

No	<i>Empathy</i>	Jumlah	Persentase (%)
1	<i>Empathy</i> baik	108	59%
2	<i>Empathy</i> kurang baik	75	41%
Jumlah		183	100 %

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui dari 183 responden berpendapat bahwa sebagian besar *empathy* perawat baik, sejumlah 108 responden (59%).

b. Loyalitas pasien

Gambaran loyalitas pasien di kriteriakan berdasarkan *mean*, karena distribusi loyalitas pasien berdistribusi normal. Dikatakan pasien loyal jika lebih dari 57,52, dan pasien tidak loyal jika kurang dari atau sama dengan 57,52 dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2. Distribusi frekuensi berdasarkan loyalitas pasien sebagai responden bulan Juni tahun 2013 di RSUD Kabupaten Sukoharjo

No	Loyalitas	Jumlah	Persentase (%)
1	Loyal	97	53%
2	Tidak loyal	86	47%
Jumlah		183	100 %

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui dari 183 responden, sebagian besar responden loyal sejumlah 97 responden (53%).

B. Analisa Bivariat Analisa Pengaruh *Empathy* Perawat Terhadap Loyalitas Pasien

Tabel 4.3. Analisis hasil uji korelasi dan regresi pengaruh *empathy* terhadap loyalitas pasien bulan Juni tahun 2013 di RSUD Sukoharjo

Variabel Independent	Variabel dependent	r hitung pearson	R ²	p value
<i>Empathy</i>	loyalitas pasien	0,522	0,272	0,0001

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui p *value* sebesar 0,0001 yang lebih kecil dari 0,05, dengan demikian hipotesa Ho ditolak yang berarti ada pengaruh antara *empathy* terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan besarnya nilai koefisien

korelasi, uji statistik *product moment* diperoleh nilai r hitung sebesar 0,522 dan nilai tersebut lebih besar dari r tabel (0,145) maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara *empathy* terhadap loyalitas pasien memiliki kekuatan pengaruh yang tergolong cukup, serta pengaruhnya berpola positif yang artinya semakin meningkat nilai *empathy* maka nilai loyalitas akan meningkat pula (Sugiyono, 2003)

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana, diperoleh hasil bahwa diperoleh hasil bahwa terdapat nilai koefisien determinasi sebesar 0,272 yang artinya persamaan garis regresi yang diperoleh dapat menerangkan 27,2% variasi loyalitas atau persamaan garis yang diperoleh cukup baik untuk menjelaskan variabel loyalitas, dapat ditafsirkan pula bahwa variabel bebas *empathy* memiliki pengaruh kontribusi sebesar 27,2% terhadap variabel loyalitas dan sisanya sebesar 72,8% dipengaruhi oleh faktor lain (Dwi Priyano, 2009).

C. Analisis Pengaruh *Empathy* Perawat Terhadap Loyalitas Pasien

Perawat sebagai tenaga kesehatan yang paling lama bersentuhan dengan pasien akan banyak menemukan konflik, karena sering menemui benturan budaya dan adanya tuntutan agar dapat mengerti apa yang diinginkan pasien (Sumijatun, 2011).

Pengertian lain tentang *empathy* adalah kasih sayang tereduksi atau pemahaman intelektual dari keadaan emosional orang lain. Hal ini diartikan sebagai keinginan perawat untuk memahami apa yang dialami pasien dari perspektif pasien dengan pemahaman intelektual yang memungkinkan perawat untuk mengidentifikasi masalah pasien dengan lebih jelas dan melakukan intervensi yang lebih spesifik (Lisa K.S, 2009).

Hasil penelitian tentang indikator *empathy* perawat menunjukkan bahwa 108 responden menilai *empathy* baik dan sejumlah 75 responden menilai *empathy* perawat kurang baik. Artinya, bahwa responden menganggap perawat RSUD Kabupaten Sukoharjo memiliki *empathy* tergolong baik, tetapi belum optimal karena ternyata masih banyak responden yang mengatakan *empathy* kurang baik.

Penyebab dari belum optimalnya *empathy* perawat RSUD Kabupaten Sukoharjo tersebut, dapat diketahui berdasarkan hasil distribusi frekuensi butir pernyataan kuesioner *empathy* bahwa sudah banyak perawat yang selalu menanyakan ke pasien tentang kondisi kesehatan pasien di setiap pergantian *shift* jaga perawat, komunikasi perawat tidak menyinggung perasaan pasien, namun demikian masih terdapat responden yang menilai perawat kurang sabar dalam mendengarkan keluhan pasien yaitu sejumlah 56 responden, sehingga masih banyak responden yang beranggapan bahwa perawat tidak menunjukkan minat dan perhatiannya saat berkomunikasi yaitu sejumlah 52 responden dan bahkan 75 responden menilai perawat tidak bersedia diajak berbincang dengan pasien. Artinya saat berinteraksi dengan pasien, maka perawat sebaiknya menunjukkan minat dan perhatiannya kepada pasien dengan sabar.

Berdasarkan data pengkajian awal, diketahui bahwa perawat pernah diberikan pelatihan *customer service* satu kali, namun kurang lebih sudah 5 tahun yang lalu. Hal tersebut menunjukkan bahwa kurangnya pelatihan tentang komunikasi terapeutik, *customer service* perawat dan *hospitality* oleh perawat dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Meskipun perawat RSUD Kabupaten Sukoharjo memiliki *empathy* yang baik, namun perlu diberikan penyegaran secara rutin tentang tema pelatihan tersebut, agar *empathy* perawat RSUD Kabupaten Sukoharjo lebih baik lagi dan harapannya dapat meningkatkan loyalitas pasien. Penyebab lain yaitu berdasarkan penelitian kepuasan terhadap kualitas pelayanan tahun 2012 oleh Sri Mardiningsih bagian mutu pelayanan keparawatan bahwa masih banyaknya pasien yang tidak puas dengan *empathy* perawat, 60,4% menyatakan tidak puas, 24,2% puas, 15,4% lebih puas terhadap *empathy* perawat. Survei saat itu menunjukkan jumlah pasien yang tidak puas tampak lebih banyak (Sri Mardiningsih, 2012).

Uji korelasi diperoleh hasil bahwa *empathy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai r hitung = 0,522 artinya memiliki kekuatan pengaruh cukup dan p value 0,0001.⁷ Hasil uji *coefficient* pada *empathy* diperoleh nilai

29,951 dan *coefficient* regresi sebesar 0,227 yang menunjukkan pengaruh positif, artinya apabila variabel *independent* dinaikkan maka variabel *dependent* juga akan meningkat nilainya. *Empathy* pada penelitian ini diketahui setiap ada kenaikan 1 nilai maka loyalitas akan naik nilainya sebesar 0,227, dan sebaliknya (Sutanto P.H., 2007).

Berdasarkan hal tersebut, maka menunjukkan bahwa pasien yang berpendapat *empathy* baik belum tentu puas, namun cenderung loyal. Pasien loyal belum tentu mereka puas. Sebaliknya pasien yang puas cenderung untuk menjadi pasien yang loyal, dan pasien yang puas cenderung menilai baik (Fandy T., 2002).

Kondisi tersebut disebabkan karena *empathy* adalah perilaku perawat untuk mau mendengarkan, mengerti dan memperhatikan pasien. Pasien dalam kondisi sakit pada dasarnya ingin dirawat dengan perhatian, kasih sayang, dan sabar oleh perawat.² Pasien akan memiliki pengalaman saat dirawat di sebuah rumah sakit yang cenderung akan diceritakan ke orang lain.

Upaya bagian manajemen RSUD Kabupaten adalah perlu menyiapkan kotak saran (manual ataupun sms), menyarankan kepada perawat untuk memiliki *empathy* lebih baik lagi dengan mempraktikkan hasil pelatihan yang diadakan rumah sakit terkait dengan *customer service*, komunikasi terapeutik. Apabila *empathy* baik maka diharapkan loyalitas pasien terhadap RSUD Kabupaten Sukoharjo juga meningkat. *Empathy* yang dilakukan secara maksimal, dapat menumbuhkan keterbukaan pasien, pasien lebih nyaman berada di dekat perawatnya (Feldman & Christensen, 2003) sehingga akan senang dan bangga dengan perawat dan RSUD Kabupaten Sukoharjo.

5. KESIMPULAN

- Sebagian besar perawat RSUD Kabupaten Sukoharjo memiliki *empathy* baik (59%), dan sebagian besar responden diketahui loyal (53%).
- Ada pengaruh antara *empathy* terhadap loyalitas pasien, dengan p value 0,0001 dan r hitung 0,522 (kekuatan pengaruh cukup). *Respect* memiliki (R^2) atau kontribusi

sebesar 31,8% dalam mempengaruhi loyalitas pasien, serta diketahui sifat pengaruh positif artinya apabila *respect* dinaikkan 1 nilai maka loyalitas juga akan naik sebesar 0,227.

SARAN

- a. Memberikan pengarahan kepada perawat tentang pentingnya menerapkan empathy kepada pasien sebagai pengguna jasa rumah sakit bertujuan mengendalikan emosi pasien dan mencapai kesembuhan pasien serta membentuk loyalitas pasien
- b. Materi perkuliahan keperawatan ditambah sub pokok bahasan tentang komunikasi perawat sebagai sarana pemasaran interaktif di rumah sakit

6. REFERENSI

Dwi Priyatno, 2009. *SPSS Untuk analisis korelasi, regresi, dan multivariat*. Yogyakarta: Graha Media.

Fandy Tjiptono, 2002. *Strategi Pemasaran*. Percetakan Andi. Yogyakarta.

Feldman, M. D., & Christensen, J. F, 2003. *Behavioral Medicine in Primary Care*. New York, London: McGraw-Hill Professional.

Haryanto Adi Nugroho, 2009. Hubungan antara komunikasi terapeutik perawat dengan

kepuasan pasien di Rumah Sakit Islam Kendal. *Jurnal Keperawatan*. Volume 2. Nomor 2 . Maret 2009. Halaman 36 – 41

Ismawan Nur Laksono, 2008. *Analisis kepuasan dan hubungannya dengan loyalitas pasien rawat inap di Rumah sakit Dedy Jaya Kabupaten Brebes*. Tesis. Diakses 20 November 2012. <http://eprints.undip.ac.id>

Lisa Kennedy Sheldon, 2009. *Komunikasi Untuk Keperawatan, Berbicara Dengan Pasien*. Jakarta : Erlangga.

Momon Sudharma, 2008. *Sosiologi Untuk Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika.

Sri Mardiningsih, 2012. *Pengaruh kualitas pelayanan keperawatan terhadap kepuasan pasien di bangsal rawat inap RSUD kabupaten Sukoharjo*. Tesis

Sugiyono, 2003. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Sumijatun, 2011. *Membudidayakan Etika Dalam Praktik Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.

Supriyanto, 2010. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Edisi 1. Yogyakarta: CV Andi Offset

Sutanto Priyo Hastono, 2007. *Analisis Data Kesehatan*. Fakultas kesehatan masyarakat universitas indonesia. Jakarta.

-oo0oo-