

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena kondisi rumah sakit saat ini yang dituntut untuk menyeimbangkan antara orientasinya sebagai lembaga sosial sekaligus sebagai lembaga berorientasi profit. Hal ini dikarenakan pemerintah semakin gencar melindungi konsumen dengan menetapkan UU Perlindungan Konsumen dan menentukan standar akreditasi rumah sakit yang harus dipenuhi. Oleh karena itu, sebuah rumah sakit harus bisa memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Pelayanan terhadap konsumen tersebut tidak terbatas kepada pelayanan medis saja, tetapi juga perlu adanya sebuah *consumer relations*.

RS Lavalette Malang menjadi subyek penelitian karena karakteristik yang dimiliki, antara lain karena RS Lavalette Malang merupakan rumah sakit BUMN, yang tentunya berbeda dengan rumah sakit pemerintah ataupun rumah sakit swasta. RS Lavalette Malang juga sejak tahun 2004 memiliki unit *Customer Service* yang menjalankan fungsi *consumer relations* yang terutama berfungsi untuk menangani komplain. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana fungsi *consumer relations* dilakukan di RS Lavalette Malang.

Kerangka teori yang digunakan adalah teori-teori mengenai *consumer relations* dan penanganan komplain konsumen. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Sasaran penelitian adalah Kepala RS Lavalette Malang, *Customer Service Officer* RS Lavalette Malang dan konsumen RS Lavalette Malang yang pernah mengajukan komplain. Teknik pengumpulan data berupa *in-depth interview*, observasi partisipan dan analisa dokumen-dokumen yang mendukung penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah RS Lavalette Malang sudah menjalankan fungsi *consumer relations* yang dimulai dengan pembentukan unit *Customer Service* sebagai pelaksana fungsi *consumer relations*. Tetapi pada pelaksanaannya, fungsi *consumer relations* ini belum dijalankan dengan maksimal. Hal ini dikarenakan kurangnya dukungan dari manajemen dengan tidak memberikan unit *Customer Service job description* dan *Standard Operational Procedure* (SOP) untuk melaksanakan fungsi *consumer relations*.