

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia pun terus berkembang. Dewasa ini masyarakat mulai memasukkan kebutuhan-kebutuhan baru sebagai kebutuhan dasar mereka. Salah satu kebutuhan tersebut diantaranya adalah kebutuhan akan pelayanan kesehatan, karena kesehatan merupakan salah satu kebutuhan hidup yang sangat penting dalam menunjang aktifitas sehari-hari. Jika seseorang sedang tidak sehat maka aktifitas sehari-hari mereka akan terganggu sehingga tidak dapat berjalan dengan baik. Semakin meningkatnya kondisi sosial ekonomi masyarakat, maka berpengaruh juga dengan pola pikir masyarakat yang semakin kritis terhadap hal-hal yang sangat vital terutama dalam hal kesehatan.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Menurut Kotler (2000:54) Kualitas harus di mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan dari pesaingnya. Berbagai strategi pemasaran di terapkan agar dapat meraih kepercayaan pelanggan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan. Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur tidak berwujud dan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan perubahan kondisi mungkin saja

terjadi dan produksi jasa bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk fisik.

Menurut Lupiyoadi (2006:2) Perkembangan sektor jasa dewasa ini mengalami peningkatan. Hal ini terlihat dari perkembangan berbagai industri jasa seperti jasa travel, penginapan, restoran, hiburan, komunikasi, pariwisata dan kesehatan. Industri jasa tersebut adalah industri jasa yang banyak di konsumsi dan dimiliki yang berpengaruh sangat besar atas perkembangan ekonomi. Salah satu bidang jasa yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah dibidang jasa kesehatan, dimana produk utama jasa kesehatan adalah pelayanan perawatan orang sakit. Pengaruh ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi telah meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat akan pelayanan yang baik. Maka pelayanan dibidang kesehatan juga mengalami kemajuan dibidang sarana dan prasarana yang modern dan menjadi lebih akurat dalam bidang pelayanan kesehatan. Setiap pasien menginginkan pelayanan kesehatan yang baik karena pelayanan kesehatan merupakan salah satu kebutuhan setiap orang. Semua orang menginginkan untuk dihargai, dilayani, dan ingin memperoleh kedudukan yang sama di masyarakat. Pada kenyataannya dalam memberikan pelayanan kesehatan di Indonesia sering terdapat perbedaan antara pasien satu dengan pasien yang lainnya. Banyak bukti yang menggambarkan penyedia layanan jasa kesehatan yang kurang baik. Banyak penyedia jasa yang membeda-bedakan pasien karena status sosialnya.

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Salah satu pendekatan yang

digunakan untuk menilai suatu kualitas pelayanan yaitu dengan membandingkan antara persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas, dan sebaliknya jika kenyataannya kurang dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas. Oleh karena itu, sebagian besar kualitas pelayanan jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi diantara pelanggan dan terdapat kontak personil dengan penyelenggara jasa tersebut agar dapat mendapatkan servis yang optimal serta memperoleh pelayanan jasa seperti yang mereka harapkan.

Selain kualitas pelayanan faktor fasilitas juga berkaitan dengan kepuasan konsumen, karena fasilitas mempunyai peranan penting yang berkaitan dengan persepsi konsumen yang diperoleh dari interaksi konsumen dengan fasilitas yang disediakan. Menurut Sumayang (2003:124) menjelaskan bahwa fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Salah satu indikator yang mengenai fasilitas fisik baik tidaknya kualitas suatu jasa dan erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan, dengan adanya fasilitas yang baik maka konsumen akan tertarik dengan jasa yang ditawarkan dan melakukan pembelian jasa yang ditawarkan tersebut. Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain: kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan, kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan dan kelengkapan alat yang

digunakan. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa yang diminta pelanggan.

Tabel 1. 1
Pelayanan Jasa dan Fasilitas Kesehatan

Pelayanan Jasa dan Fasilitas Kesehatan	Jumlah
Dokter	8 Orang
Bidan	13 Orang
Perawat	2 Orang
Pramusaji	1 Orang
<i>Cleaning service</i>	2 Orang
Security	4 Orang
Administrasi	2 Orang
Farmasi	3 Orang
Ahli Gizi	1 Orang
Analisis	1 Orang
Ruang Periksa	4 Ruangan
Kamar Pasien	6 Ruangan
Kamar Bersalin	2 Ruangan
<i>Ambulance</i>	1 Buah
Apotek	1 Ruangan
Ruang Administrasi	2 Ruangan
Ruang Tunggu	1 Ruangan

Sumber : Klinik Kehamilan Sehat Serpong (2022)

Ditengah persaingan yang semakin ketat, merek bisa menjadi segala andalan untuk menarik perhatian dan mengikat pengguna jasa. Suatu produk yang memiliki merek yang kuat dapat membentuk landasan merek yang kuat dan mampu mengembangkan keberadaan suatu merek dalam persaingan apapun dalam jangka panjang. Pengguna jasa menjadikan merek sebagai salah satu pertimbangan penting ketika hendak membeli suatu produk atau jasa. Pertimbangan tersebut didasari oleh banyak aspek, baik aspek yang rasional maupun emosional. Secara rasional, konsumen percaya bahwa merek tertentu bisa memberikan jaminan kualitas. Secara emosional, merek tersebut dianggap mampu menjaga atau meningkatkan citra dan

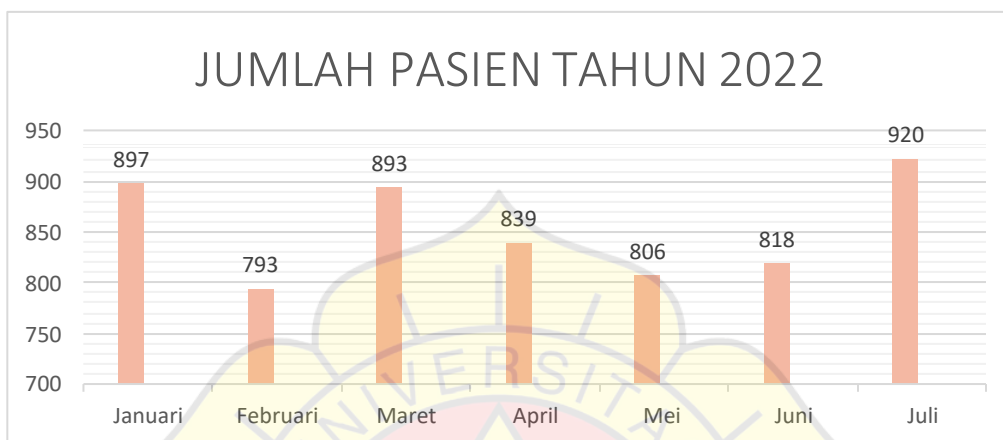
gengsi penggunaannya. Citra merek adalah jenis asosiasi yang muncul di benak pengguna jasa ketika mengingat sebuah merek tertentu. Citra merek (*Brand Image*) merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi keputusan pasien dalam menggunakan layanannya. Perusahaan yang kompetitif menggunakan citra merek untuk menarik perhatian dan mengikat loyalitas pasien.

Berdasarkan pengamatan yang ada di lapangan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan citra yang diterima pasien kurang memenuhi harapan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa pengguna jasa kesehatan menyatakan keluhan tentang salah satu keterlambatan layanan yang diberikan, obat-obatan yang tidak lengkap dan kurangnya respon staf medis dan non medis terhadap kebutuhan pasien. Dengan inilah yang dapat menyebabkan munculnya citra kurang baik terhadap klinik. Oleh sebab itu diperlukan usaha-usaha untuk dapat meningkatkan mutu layanan kesehatan, untuk itu klinik harus memperhatikan mutu layanan sehingga terus mampu bersaing dalam mempertahankan eksistensinya.

Tercapainya kualitas pelayanan, fasilitas dan citra yang baik memerlukan upaya yang sungguh-sungguh berbagai pihak untuk mencapai cita-cita yang diinginkan Klinik. Dalam hal ini kerja sama dari setiap unit yang terkait mengambil peran yang sangat penting. Kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek yang baik tidak cukup dicapai tetapi juga dipelihara dan dipertahankan.

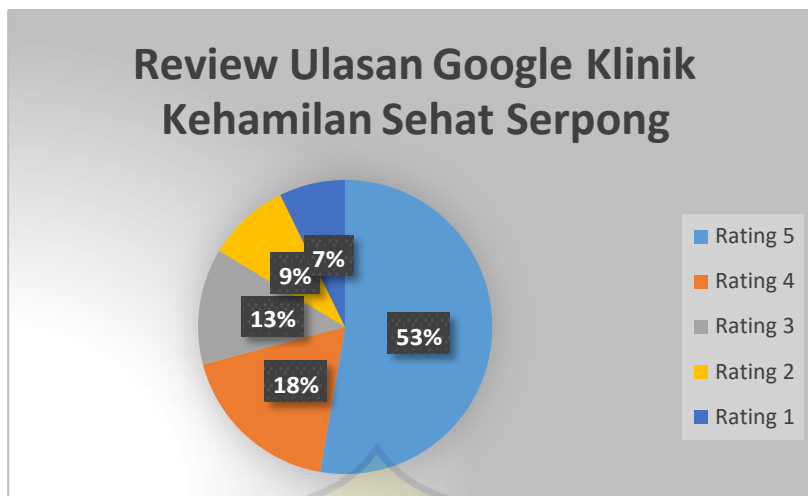
Sebagai penyedia jasa pelayanan kesehatan, maka di dalam menjalankan kegiatannya Klinik Kehamilan Sehat Serpong mempunyai fungsi yang senantiasa melekat yaitu fungsi sosial dan fungsi bisnis. Dalam menjalankan fungsi sosialnya Klinik Kehamilan Sehat Serpong melayani setiap pasien yang datang untuk

mendapatkan pelayanan kesehatan tanpa membeda-bedakan status sosial ekonominya. Klinik Kehamilan Sehat Serpong merupakan Klinik yang terbilang cukup ramai pasiennya, bisa dilihat dalam Diagram 1.1 berikut ini.



Gambar 1. 1 Diagram Jumlah Pasien Klinik Kehamilan Sehat Serpong Tahun 2022

Gambar di atas menunjukkan jumlah pasien Klinik kehamilan Sehat Serpong dalam 7 bulan terakhir yaitu Januari, Februari, Maret, April, Mei, Juni dan Juli yang mengalami fluktuasi. Pada Januari 2022 jumlahnya 897 pasien. Dari tabel diatas pada bulan ini menunjukkan jumlah pasien tertinggi jika dibandingkan bulan-bulan berikutnya. Bulan Februari 2022 mengalami penurunan yang lumayan signifikan sebanyak 793 pasien dibandingkan dengan bulan sebelumnya yaitu 897 pasien. Namun terjadi kenaikan menjadi 893 pasien pada bulan Maret dan mengalami penurunan jumlah pasien di bulan April menjadi 839 pasien, bulan Mei menjadi 806 pasien dan di bulan Juni menjadi 818 pasien. Dan pada bulan Juli mengalami kenaikan yang signifikan menjadi 920 pasien.



Gambar 1. 2 Diagram Rating Ulasan Klinik Kehamilan Sehat Serpong
Sumber : Review Google Klinik Kehamilan Sehat Serpong



Gambar 1. 3 Ulasan Pelayanan Klinik Kehamilan Sehat Serpong di Google
Sumber : Ulasan Google Klinik Kehamilan Sehat Serpong



Gambar 1. 4 Ulasan Klinik Kehamilan Sehat Serpong di Ulasan Google

Sumber : Ulasan Google Klinik Kehamilan Sehat Serpong

Gambar 1.3 dan Gambar 1.4 menunjukkan Klinik Kehamilan Sehat Serpong mendapatkan ulasan dari pasien dengan rating 4.8/5.0. Hal ini menunjukkan setelah melakukan pemeriksaan di Klinik 98% pasien puas dengan pelayanan, harga dan fasilitas yang diberikan oleh Klinik Kehamilan Sehat Serpong.

Klinik Kehamilan Sehat Serpong sebagai salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan tidak terlepas dari persaingan dengan sesama penyedia jasa pelayanan kesehatan lainnya yang semakin hari semakin bertambah. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Maka dari itu, Klinik Kehamilan Sehat Serpong harus selalu berusaha meningkatkan mutu pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan pasien agar dapat bersaing secara sehat dengan klinik kesehatan yang lainnya dengan cara selalu berusaha memberikan produk dengan mutu yang lebih baik, penyerahan produk lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya. Produk dengan kualitas yang jelek, penyerahan produk yang lambat dan cara pemberian

pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan rasa tidak puas kepada pasiennya yang pada akhirnya tidak akan menggunakan produk tersebut di kemudian hari.

Hal ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan pasien jika pasien memilih ke Klinik lain dikarenakan pasien merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Klinik dan belum adanya kepercayaan dari pasien kepada Klinik dalam memberikan pelayanannya, oleh karena itu dengan melakukan peningkatan pelayanan diseluruh aspek pelayanan guna untuk mencapai kepuasan pasien.

Tercapainya kualitas pelayanan, fasilitas dan citra yang baik memerlukan upaya yang sungguh-sungguh berbagai pihak untuk mencapai cita-cita yang diinginkan Klinik. Dalam hal ini kerja sama dari setiap unit yang terkait mengambil peran yang sangat penting. Kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek yang baik tidak cukup dicapai tetapi juga dipelihara dan dipertahankan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka dilakukan penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN LAYANAN KESEHATAN PADA KLINIK KEHAMILAN SEHAT”**.

1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing usaha yang bermunculan.

2. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan mengakibatkan masyarakat semakin pandai dalam memilih penyedia pelayanan kesehatan dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan.
3. Beberapa pasien merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh klinik.
4. Seberapa besar pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan konsumen menggunakan layanan kesehatan di Klinik Kehamilan Sehat ?

1.2.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini penulis hanya membatasi masalah tentang :

1. Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan *Brand Image* terhadap keputusan konsumen menggunakan layanan kesehatan pada klinik kehamilan sehat.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pasien yang menggunakan layanan kesehatan di Klinik Kehamilan Sehat Serpong

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Brand Image terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Kesehatan pada Klinik Kehamilan Sehat?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Kesehatan pada Klinik Kehamilan Sehat?

3. Bagaimana Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Kesehatan pada Klinik Kehamilan Sehat?
4. Bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Konsumen menggunakan layanan kesehatan pada Klinik Kehamilan Sehat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan *brand image* terhadap keputusan konsumen menggunakan layanan kesehatan pada klinik kehamilan sehat.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menggunakan layanan kesehatan pada klinik kehamilan sehat.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen menggunakan layanan kesehatan pada klinik kehamilan sehat.
4. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan konsumen menggunakan layanan kesehatan pada klinik kehamilan sehat.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan kegunaan, baik kegunaan secara ilmiah maupun kegunaan secara praktis, diantaranya :

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sambungan pemikiran bagi dunia pendidikan dan kesehatan mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, *brand image* dan keputusan

konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pembanding untuk penelitian-penelitian sejenis lainnya.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan memberikan solusi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, fasilitas dan *brand image* terhadap keputusan konsumen bagi perusahaan dan sebagai bahan masukan bagi pengambil keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan.

