

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di jaman yang semakin maju ini yang ditandai dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan tingkat pendidikan yang diperoleh maka semakin tinggi pula tingkat kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi pula. Tidak hanya terbatas pada kebutuhan primer saja yang meliputi sandang, pangan, papan, tetapi juga meluas pada pemenuhan kebutuhan sekunder yang terdiri dari rekreasi, hiburan, pendidikan dan kesehatan. Masyarakat menyadari akan pentingnya kesehatan bagi mereka oleh karena itu mereka menginginkan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi dirinya saat dia sakit.

Menyadari akan hal tersebut maka banyak Puskesmas yang berusaha untuk memuaskan keinginan mereka Puskesmas merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang layanan jasa yang kegiatannya meliputi kuratif, rehabilitatif disamping promotif dan preventif. Puskesmas tidak hanya berfungsi sekedar untuk untuk menampung orang sakit, namun harus memperhatikan aspek kepuasan bagi para pemakai jasa puskesmas tersebut. Puskesmas lebih tepat disebut lembaga sosial dan ekonomi. Sebagai lembaga sosial Puskesmas mempunyai kegiatan meliputi kuratif, preventif dan rehabilitatif. Sebagai lembaga ekonomi puskesmas merupakan industri jasa yang harus dikelola dengan konsep manajemen industri.

Kinerja perusahaan yang tinggi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh industri penghasil jasa merupakan faktor terpenting bagi kepuasan konsumen maupun bagi perusahaan itu sendiri dimana masalah kualitas pelayanan menjadi syarat bagi kelangsungan hidup perusahaan untuk menembus era perdagangan bebas. Karena itu perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para konsumen agar mereka puas dan sesuai dengan harapannya.

Menurut Kotler (2000:50) “Kualitas itu dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen”. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik dapat dilihat dari persepsi konsumen bukan dari persepsi perusahaan. Dimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian total akan keunggulan suatu produk yang dapat berupa barang dan jasa.

Untuk memperoleh keunggulan daya saing secara global, puskesmas dituntut mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dengan harga yang wajar bersaing dimana tujuan utama daripada Puskesmas dalam memberikan pelayanan yang berkualitas adalah tercapainya kepuasan konsumen yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*complain*) dari konsumen, serta menunjukkan kinerja yang tinggi. Sebagaimana yang diungkapkan Kotler (2000:52) “bahwa kepuasan itu merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya”. Jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Sedangkan jika kinerja

sesuai dengan harapan, konsumen akan puas. Serta apabila kinerja melampaui batas maka konsumen akan sangat puas dan bahagia.

Dalam memenuhi tuntutan konsumen, pihak Puskesmas harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat menarik atau mendorong konsumen agar dapat tercipta interaksi yang positif yang diinginkan oleh kedua belah pihak. Adapun perilaku konsumen itu, dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu (Swastha dan Handoko, 1997:56)

1. Faktor ekstern yaitu pengaruh yang berasal dari luar.

Misalnya: Kebudayaan, pengaruh keluarga, maupun lingkungan sosial.

2. Faktor intern yaitu faktor psikologis yang berasal dari proses intern individu yang meliputi motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian dan konsep diri serta siap.

Untuk perilaku konsumen yang setiap saat selalu berubah dan perbedaan perilaku konsumen yang satu dengan yang lain, disebabkan adanya karakteristik yang berbeda untuk setiap individu, misalnya umur, jenis kelamin, pekerjaan dan sebagainya. Sedangkan penilaian akan kualitas pelayanan (*service quality*) menurut para ahli Suraman, Zeithaml dan Berry dalam Kotler dan Susanto (2000:616) disarankan pada 5 dimensi kualitas, yaitu:

1. *Reliability* (Keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijamin dengan tepat dan terpercaya (dapat diandalkan).

2. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah kesediaan/kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa pelayanan dengan cepat/ketanggapan.
3. *Assurance* (jaminan) adalah pengetahuan dan kesopanan para karyawan serta kemauan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan konsumen.
4. *Emphaty* (empati) adalah rasa peduli, memberi, perhatian pribadi pelanggan.
5. *Tangible* (berwujud) adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan media komunikasi.

Pelayanan berkualitas yang memberikan kepuasan kepada konsumen karena sesuatu yang dibutuhkan dan diharapkan oleh penyedia jasa, yaitu Puskesmas. Jasa yang berkualitas berdampak pada pemenuhan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan keberhasilan perusahaan, sedangkan rendahnya kualitas yang diberikan akan membangun citra buruk bagi Puskesmas, dimana pasien yang tidak puas cenderung menceritakan kepada rekan-rekannya. Begitu juga sebaliknya semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan menjadi nilai plus baik Puskesmas sebagaimana yang diungkapkan oleh Uchyana (1986:47) bahwa iklan terbaik bagi industri jasa adalah pelanggan yang puas (terciptanya kepuasan konsumen).

Berdasarkan uraian di atas Puskesmas Kelurahan Jayengan Kecamatan Serengan Surakarta sebagai bagian dari Puskesmas yang ada, dalam menjaga kelangsungan hidupnya harus memberikan pelayanan terbaiknya dimana

tingkat kepuasan konsumen menjadi satu keharusan untuk mengetahui kinerja Puskesmas tersebut.

Karena kualitas pelayanan begitu penting bagi kepuasan konsumen, maka penulis mengambil judul “Analisa Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Puskesmas Jayengan Kecamatan Serengan Surakarta”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut: Apakah ada kesenjangan antara harapan konsumen dengan tanggapan dari penyedia jasa Puskesmas?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah lingkup penelitian ditetapkan agar dalam penelitian terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sasarannya.

Adapun ruang lingkup penelitian yang kami lakukan terbatas pada bagaimana tanggapan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan di Puskesmas Kelurahan Jayengan Surakarta dimana penelitian akan kualitas pelayanan berdasarkan pada 5 dimensi yaitu daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), berwujud (*tangible*) dan empati (*emphaty*). Sedangkan aspek-aspek dari kualitas pelayanan yang akan diteliti adalah pelayanan medis, pelayanan penunjang medis, dan pelayanan administrasi.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah untuk menganalisis apakah ada kesenjangan antara harapan konsumen dengan tanggapan dari penyedia jasa Puskesmas.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Puskesmas

Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak Puskesmas untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Puskesmas tersebut serta untuk memenuhi kepuasan konsumen.

2. Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti untuk mengembangkan penelitian-penelitian berikutnya yang sejenis.

F. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang pengertian pemasaran, bauran pemasaran (*marketing mix*), pengertian jasa, karakteristik jasa,

klasifikasi jasa, kualitas pelayanan, perilaku konsumen (pengertian perilaku konsumen, pengertian sikap dalam pemasaran layanan pelanggan, pengukuran kepuasan konsumen), review penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Terdiri dari kerangka pemikiran, metode penelitian, rencana analisis.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang data yang diperoleh, analisa data, hasil analisa dan juga pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran.