

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Diera sekarang ini kebutuhan manusia terus mengalami perkembangan. Salah satu kebutuhan mereka adalah kebutuhan pelayanan kesehatan, karena kesehatan itu sendiri sangat penting untuk menunjang aktivitas manusia sehari-hari. Di Indonesia sendiri, dunia kesehatan berkembang secara signifikan dan memiliki prospek yang bagus. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pembangunan rumah sakit dan klinik, baik swasta maupun negeri. Sehingga perkembangan tersebut menjadikan persaingan di industri jasa kesehatan sangat kompetitif. Maka dari itu, setiap perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk menarik banyak pelanggan.

Sekarang masyarakat baik di kota maupun di desa sangat menyadari betapa pentingnya kesehatan bagi hidup mereka mengetahui betapa mahalnya biaya perawatan kesehatan yang terkadang susah untuk dijangkau. Apalagi sekarang sudah banyak muncul penyakit baru yang mengancam kesehatan masyarakat kapan saja dan dimana saja. Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat tentang kesehatan, maka jasa pelayanan kesehatan juga harus mampu memenuhi apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Menurut Engel, et, al., (1990) dalam Tjiptono (2002: 146) kepuasan konsumen merupakan

evaluasi purna beli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan. Menurut Francis Buttle (2007:28) kepuasan konsumen membawa dampak yang besar bagi perusahaan. Menurut Tjiptono (2003:34) terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan jasa rumah sakit dan konsumennya menjadi harmonis dan memberikan dasar yang baik bagi pemakai jasa ulang dan terciptanya kepuasan konsumen serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dapat menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan (Lupiyoadi, 2001). Kepuasan pelanggan merupakan salah satu unsur yang sangat penting bagi pelanggan dalam mengkonsumsi suatu jasa. Kepuasan konsumen merupakan syarat yang harus dipenuhi perusahaan agar mampu sukses menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan jasa yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain (Lupiyoadi, 2001). Namun apabila pelanggan tidak merasa puas maka sangat mungkin pelanggan akan pindah ke penyedia layanan kesehatan lain. Selain itu pelanggan juga mungkin akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain yang justru dapat menimbulkan citra buruk di mata pelanggan.

Menurut Tjiptono (2004:57) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived serviced* (pelayanan yang diterima) Pujawan (2010:97). Lupiyoadi dan Hamdani (2009:65) juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Wijaya (2011 : 52) menyatakan kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Selanjutnya faktor kedua yang tidak kalah penting yaitu adalah lokasi. Lokasi merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa (Tjiptono dan Chandra, 2005). Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa dan yang kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi pelanggan. Selain itu, penyedia jasa dimungkinkan mengkombinasikan keduanya. Lokasi berpengaruh pada dimensi-dimensi strategik, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan *focus*

strategic (Fitzsimmons, 1994). Fleksibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan dimasa mendatang. *Competitive positioning* merupakan metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan dengan para pesaing. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono dan Chandra, 2005). Lokasi atau tempat merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran (Kotler & Armstrong, 2008:63). Kotler & Keller (2009b: 17) menyatakan bahwa lokasi merupakan setiap lapisan perantara pemasarannya akan melaksanakan semacam tugas membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir. Lokasi yang dipilih oleh pengusaha akan menentukan seberapa banyak pelanggan yang mendatangi perusahaan. Semakin strategis lokasi yang dipilih, maka semakin banyak pelanggan yang datang. Pemilihan lokasi yang tepat sangat berpengaruh bagi konsumen, lokasi yang berdekatan dengan keramaian akan mempengaruhi penjualan produk perusahaan tersebut. Dari uraian pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi perusahaan

menunjukkan tempat perusahaan beroperasi dan merupakan salah satu faktor untuk meningkatkan minat konsumen terhadap perusahaan.

Selain rumah sakit, klinik memiliki peranan penting yaitu mendukung tercapainya tujuan pembangunan kesehatan nasional, yakni meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang yang bertempat tinggal di wilayah kerja rumah sakit maupun klinik agar terwujud derajat kesehatan yang setinggi-tingginya dalam rangka mewujudkan Indonesia Sehat 2015. Untuk penelitian ini, penulis mengambil subyek penelitian pada MMC (*Muhammadiyah Medial Center*) yang berlokasi di Jl. Garuda Mas No.6 atau yang berada didekat kampus 2 UMS. MMC adalah klinik Universitas Muhammadiyah Surakarta yang melayani civitas akademika UMS dan juga melayani pasien umum. Selain itu MMC juga menawarkan berbagai macam obat yang diperlukan.

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2001) antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, dan biaya. Dari penelitian yang sudah ada, rata-rata peneliti melakukan analisis tentang kepuasan konsumen di bidang kuliner yang lebih menekankan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan. Tetapi di penelitian, peneliti menganalisis tentang kepuasan pasien dan lokasi juga merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan pasien. Lokasi menjadi penting karena para pasien dalam keadaan yang tentu akan klinik maupun rumah sakit yang jaraknya paling dekat dari tempat pasien tinggal.

Biasanya lokasi klinik ataupun rumah sakit akan memilih lokasi yang dekat dengan pemukiman warga agar mudah di jangkau.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai klinik MMC yang berlokasi di Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Klinik MMC (*Muhammadiyah Medical Center*)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diperoleh beberapa rumusan masalah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan di klinik MMC?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan di klinik MMC?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di klinik MMC.

2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pasien rawat jalan di klinik MMC.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan baik dalam teoritis dan praktis. Manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep dan teori yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, serta kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Menjadi platform untuk mengembangkan wawasan yang diperoleh dari teori dan praktik yang ada.

- b. Bagi Universitas

Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dengan ruang lingkup yang sama.

- c. Bagi MMC

Menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan untuk memperbaiki kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi agar klinik MMC mampu bertahan dan bersaing dengan klinik lain maupun rumah sakit.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulis menyusun skripsi dengan membagi menjadi lima bab yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas berkaitan dengan isi dan tujuan penulisan skripsi. Sistematika penulisan skripsi yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I membahas latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi tinjauan pustaka yang digunakan oleh peneliti, yaitu berkaitan dengan landasan teori, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini serta kerangka pemikiran yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan, meliputi jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, dan analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan gambaran umum obyek penelitian, data yang diperoleh, analisis data, dan pembahasan dari hasil yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN