

BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun ini, layanan kesehatan di Indonesia telah mengalami perkembangan yang di luar ekspektasi. Fasilitas kesehatan di Indonesia terus mengalami pembaharuan. Seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan tersebut, fasilitas kesehatan di Indonesia mengalami pertumbuhan baik untuk fasilitas pemerintah maupun swasta.

Selama Pandemi, fasilitas kesehatan terutama swasta mengalami penambahan kompetitor. Diantaranya adalah penambahan layanan yang dapat diberikan dan munculnya fasilitas kesehatan baru, diantaranya seperti Bumame, GSI, *Quick Test*, Swab Aja, dan lainnya. Per Juli 2021, telah ada 742 laboratorium PCR yang diakui Kementerian Kesehatan untuk melakukan tes COVID-19. Cukup dalam waktu 2 tahun, Bumame Farmasi kini memiliki 41 cabang dan telah melakukan ekspansi besar dalam segi lokasi, jumlah, dan layanan. Bumame yang sebelumnya bergerak di bidang Farmasi pun kini ekspansi ke layanan *Medical Check Up* dan Laboratorium. Maraknya dunia layanan kesehatan, menjadi tantangan agar dapat bertahan dalam memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk menjaga loyalitas dari pasien yang sudah ada sebagai pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor yang cukup penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya jasa medis. Dengan bertambahnya kompetitor dan unit bisnis baru di bidang kesehatan di Indonesia, penting untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Loyalitas pelanggan menjadi penting untuk dipertahankan sebuah perusahaan karena manfaat jangka panjang dan kumulatifnya.

Beberapa studi telah menunjukkan hubungan positif antara kepuasan pelanggan dan manfaat bisnis seperti peningkatan loyalitas pelanggan, pendapatan perusahaan, dan performa bisnis (Parasuraman, A., 1998). Akan tetapi, korelasi antara kepuasan pelanggan jika dibandingkan dengan loyalitas pelanggan cenderung rendah (Keiningham, Aksoy, Buoye, & Cooil, 2011). Oleh karena itu, sangat penting bagi manajemen sebuah perusahaan di bidang medis khususnya, untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka tawarkan.

Di bidang kesehatan yang bergerak pada sektor jasa, loyalitas pelanggan menjadi komponen penting dan memiliki manfaat jangka panjang dan manfaat kompetitif. Oleh karena itu, menjadi pilihan wajib untuk setiap *provider* kesehatan (Abu-Alhaija, Hussein, & Allan, 2019). Sebagian studi *marketing* yang telah dilakukan, membuktikan bahwa terdapat hubungan bermakna, antara kepuasan yang diterima pelanggan dan loyalitas mereka (Dong, 2011). Pelanggan layanan Kesehatan yang menerima jasa, apabila loyal maka akan memiliki perilaku positif sehingga meningkatkan daya beli (Vilkaite-Vaitone & Skackauskiene, 2020).

Perusahaan dapat memperoleh manfaat dari pelanggan yang puas menjadi pelanggan yang loyal berdasarkan pengalaman pembelian yang positif (Dehghan, 2014). Di sisi lain, pelanggan yang tidak puas dapat memberikan informasi dan mempengaruhi anggota keluarga serta relasi untuk mengganti preferensi pilihan layanan (Tabraniamp, 2018; Swimberghe, 2009).

Pelanggan dapat berpindah ke penyedia jasa lain hingga mereka puas terhadap layanan yang diterima. Pelanggan yang tidak puas dapat mengutarakan komplain ke perusahaan atau ke institusi lainnya, seperti asosiasi perlindungan konsumen, media sosial, atau lembaga pemerintahan. Hal ini membuat kepuasan pelanggan menjadi faktor yang penting untuk diteliti pada sebuah perusahaan dan dalam proses pengembangan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Di era kemajuan teknologi, perusahaan memiliki tantangan dalam menambah dan mempertahankan pelanggan, seiring dengan meningkatnya kompetisi di pasar. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan menjadi indikator penting suksesnya sebuah bisnis. Khususnya di bidang layanan kesehatan, pelayanan berorientasi pada pelanggan merupakan potensi pengembangan bisnis dan dapat menjadi salah satu sumber pendapatan perusahaan. Sebagian besar manajer paham akan pentingnya loyalitas pelanggan, oleh karena itu akan berupaya dalam menjaga loyalitas dari pelanggan yang sudah ada, menambah pelanggan loyal baru, dan mengupayakan strategi dalam manajemen loyalitas pelanggan. Hal ini sangat penting bagi perusahaan yang sudah berdiri cukup lama dimana ekspansi ke segmen pasar yang baru tidak memungkinkan.

Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan di bidang jasa khususnya medis, memiliki tantangan dalam mengupayakan kualitas layanan terbaik, meningkatkan servis, mendatangkan keuntungan serta efisiensi proses bisnis. Sistem manajemen kualitas merupakan salah satu faktor dominan yang dapat mempengaruhi bisnis di sektor

Kesehatan, karena meningkatkan efisiensi proses bisnis dan meningkatkan loyalitas perusahaan (Zeithaml *et al.*, 1988).

Peningkatan kualitas layanan merupakan strategi penting bagi pengembangan perusahaan. Hal ini dikarenakan terjaminnya kualitas layanan terbaik sehingga dapat melakukan ekspansi dan menjadi kompetitif. Sebelum menggunakan model manajemen lebih lanjut, sebuah perusahaan harus melakukan perbaikan terutama pada sistem kualitas. Meskipun terdapat peningkatan atensi terhadap hubungan antara *Total Quality Management* (TQM) dengan kepuasan pelanggan, namun penelitian pada industri kesehatan masih terbatas (Agyapong & Kwateng, 2018). Berdasarkan data Dinas Kesehatan Provinsi DKI Jakarta 2019, terdapat 1.537 klinik pratama di Jakarta. Hal ini menjadi tantangan bagi fasilitas Kesehatan untuk terus menjaga kualitas pelayanan agar dapat bertahan di era yang semakin kompetitif.

Penelitian yang kami lakukan ini, memiliki tujuan untuk meneliti efek dari *Total Quality Management* terhadap kepuasan pelanggan dan besarnya loyalitas mereka di Tirta Medical Centre (TMC). Tirta Medical Centre memiliki layanan pada *Medical Check Up*, Laboratorium, dan Tes COVID-19. Dengan peningkatan jumlah pasien MCU dari Q1 ke Q2 tahun 2022 sebanyak 31%, namun jumlah pasien pada masing bulan masih belum mengalami stabilitas dengan tren positif setiap bulannya. Pada pertengahan Q1 dan Q2 mengalami penurunan, meskipun secara total terdapat peningkatan antara Q1 dan Q2. Sebagai salah satu klinik yang berfokus pada *Medical Check Up* sejak lebih dari 20 tahun, TMC menjadi subjek penelitian yang dapat diteliti lebih lanjut sehubungan dengan tantangan ekspansi yang semakin kompetitif di era teknologi saat ini terutama dalam memperoleh dan mempertahankan pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan teori dan ilmu yang telah kami dapatkan, maka dibuatlah suatu rumusan masalah sebagai berikut : walaupun total pasien TMC meningkat di periode Q1 ke Q2 tahun 2022, akan tetapi pertumbuhan masih belum stabil. Pada pertengahan Q1 dan Q2 mengalami penurunan, meskipun secara total terdapat peningkatan antara Q1 dan Q2. Oleh karena itu, perlu diteliti lebih lanjut kira-kira faktor apa yang kiranya dapat mempengaruhi *Total Quality Management* terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka. Dari sebab itu, penelitian ini merumuskan pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Apakah Kualitas Proses sebagai bagian dari *Total Quality Management* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan TMC?

2. Apakah Kualitas Interaksi sebagai bagian dari *Total Quality Management* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan TMC?
3. Apakah Kualitas Lingkungan sebagai bagian dari *Total Quality Management* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan TMC?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan TMC?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasar hasil rumusan masalah, penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan klinik TMC dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Proses sebagai bagian dari *Total Quality Management* terhadap kepuasan pelanggan/ *Customer Satisfaction* di klinik TMC pada tahun 2022
2. Menganalisis pengaruh Kualitas Interaksi sebagai bagian dari *Total Quality Management* terhadap kepuasan pelanggan/ *Customer Satisfaction* di klinik TMC pada tahun 2022
3. Menganalisis pengaruh Kualitas Lingkungan sebagai bagian dari *Total Quality Management* terhadap kepuasan pelanggan/ *Customer Satisfaction* di klinik TMC pada tahun 2022
4. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan/ *Customer Satisfaction* terhadap loyalitas pelanggan/ *Customer Loyalty* di klinik TMC pada tahun 2022

1.4. Manfaat Hasil Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait dan yang memiliki kepentingan yaitu pihak klinik TMC serta bagi peneliti sendiri.

1.4.1. Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan keahlian khususnya dalam ilmu manajemen kesehatan. Menarik untuk dikaji pemaparan *Total Quality Management* sebagai bagian integral dari pelayanan kesehatan, karena kualitas pelayanan memiliki kaitan penting dengan efisiensi proses bisnis, omzet dan strategi pemasaran.

Penelitian ini juga harapannya bisa menjadi dasar penelitian dan acuan untuk penelitian lebih lanjut lainnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan mutu dan kualitas layanan kesehatan dengan mengutamakan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menambah pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan teori menjadi solusi aplikatif yang dapat diterapkan dan bermanfaat bagi manajemen.

1.5. Sistematika Penulisan

Bab pertama dari penelitian ini akan menjelaskan latar belakang dan faktor-faktor yang mempengaruhi masalah. Hal inilah yang mendasari penelitian ini. Selain itu, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian bagi peneliti dan klinisi penelitian juga dijelaskan.

Bab kedua akan menjelaskan teori dasar dan kerangka kerja. Teori yang dijelaskan menjelaskan pengertian, jenis, prinsip dasar, teori mengenai *Total Quality Management*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*. Bab ini juga menjelaskan kerangka berpikir dan hipotesis. Pada bab kedua, dijabarkan dasar teori dan kerangka pikir.

Bab ketiga sendiri akan menjelaskan metode penelitian, meliputi desain, variabel penelitian, teknik pengukuran yang dilakukan, spesifikasi sampel dan populasi, teknik pengambilan dan pengumpulan data, analisis data, pengujian hipotesis, dan jadwal penelitian.

Bab empat akan menjelaskan hasil penelitian, deskriptif, data-data demografi pasien, validitas tes, reliabilitas instrumen, pengujian hipotesis serta analisa.

Bab kelima sendiri berisi kesimpulan penelitian, saran untuk manajemen dan pemilik klinik berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, serta usulan penelitian selanjutnya.