

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kesehatan merupakan sektor jasa yang berkembang secara pesat dan memiliki pasar yang kompetitif. Angka pertumbuhan penduduk Indonesia dalam waktu 25 tahun diprediksi akan bertambah 70 juta orang dari tahun 2010 (BPS,2010). Indonesia menjadi target pasar kesehatan yang menjanjikan bagi para penanam modal. Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) telah dibentuk pada tahun 2015. Industri kesehatan nasional akan bersaing dengan wilayah ASEAN. Sarana kesehatan terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka agar tetap bertahan di dalam pasar yang kompetitif ini. Kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan bagi konsumen.

Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor mempertahankan organisasi dalam pasar. Kepuasan terbentuk apabila pelayanan penyedia layanan jasa memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan lebih rendah dari ekspektasi, maka konsumen akan merasa kecewa. Indeks kepuasan konsumen menjadi penting dalam sebuah organisasi dalam berkompetisi, sebagai *business objective* perusahaan, dan sebagai standar penilaian performa perusahaan.

Fasilitas kesehatan merupakan organisasi yang bergerak dalam bidang jasa dimana kepuasan pasien merupakan salah satu indikator mutu pelayanan kesehatan. Menurut Institute of Medicine, terdapat enam dimensi mutu pelayanan kesehatan yaitu, *safe, effective, efficient, equitable, timely* dan *person-centered*. Kepuasan pasien termasuk pada dimensi *effective*. Individu

yang datang ke sarana kesehatan dalam situasi yang tidak optimal sehingga sulit untuk memenuhi ekspektasi pelayanan yang mereka inginkan. Apabila fasilitas kesehatan dapat mencapai atau melebihi ekspektasi individu tersebut maka dapat tercapainya kepuasan pasien sehingga diharapkan terbentuknya loyalitas terhadap fasilitas kesehatan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yeung dan Ennew (2001) pelanggan yang puas diharapkan melakukan pembelian ulang (*loyalitas*) dan biaya (*cost*) untuk mempertahankan pelanggan yang loyal lebih sedikit dibandingkan pelanggan baru sehingga menghasilkan keuntungan (*profit*) untuk organisasi. Untuk mengetahui ekspektasi pasien, diperlukan studi untuk mengetahui hal-hal yang konsumen harapkan dari sarana kesehatan dan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Retensi konsumen penting untuk sebuah sarana kesehatan karena biaya yang dikeluarkan untuk menggapai konsumen baru lebih besar. Penelitian yang dilakukan oleh Arab et al (2012) di rumah sakit swasta di Tehran, Iran, mengungkapkan harga menjadi faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pasien.

Organisasi yang bergerak dalam bidang jasa menerapkan penentuan harga berdasarkan *demand* sehingga harga bervariasi untuk jasa yang sama (Voss et al, 1998). Sebagai contoh, pelayanan pemeriksaan dokter spesialis penyakit dalam tersedia di hampir setiap fasilitas kesehatan. Bila fasilitas kesehatan tersebut berpendapat bahwa jasa yang mereka tawarkan lebih superior dibandingkan kompetitor, harga yang dibebankan kepada pasien lebih tinggi. Kemudahan akses dalam mendapatkan pelayanan juga ditingkatkan seperti membuat jadwal temu dokter melalui aplikasi ponsel. Dengan kemudahan dan meningkatnya fasilitas rumah sakit, harga yang dibebankan kepada pasien tentu beradaptasi.

Tiga faktor potensial yang mempengaruhi kepuasan pasien adalah faktor pelayanan medis, faktor *medical expenditure*, dan faktor kenyamanan (Liu dan Fang, 2019). Hal ini diperkuat oleh

Wu et al (2017), studi yang dilakukan pada komunitas layanan kesehatan di China mengungkapkan bahwa harga dengan kepuasan pasien memiliki hubungan *inverted U-shaped*, dimana semakin tinggi harga jasa yang dibebankan, semakin rendah kepuasan pasien. Penelitian yang dilakukan oleh Safitri et al (2019), Arianto (2017) dan Basir et al (2015) menyimpulkan bahwa harga dan kepuasan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Fasilitas kesehatan yang akan diteliti merupakan klinik kesehatan yang sudah berdiri lebih dari 36 tahun di Kota Bandung. Pasien yang berkunjung ke sarana kesehatan tersebut masuk dalam status ekonomi menengah dan menengah ke bawah. Sejak pandemi Corona Virus yang berlangsung sejak Maret 2020, pasien dibebankan biaya alat pelindung diri (APD) dimana hal tersebut dikeluhkan oleh pasien. Pada wawancara yang dilakukan secara virtual, bagian manajemen menyatakan bahwa belum pernah dilakukan survey kepuasan pasien. Pihak manajemen memiliki target dari 10 pasien baru yang datang per bulannya, 10 pasien datang kembali ke klinik tersebut. Akan tetapi, hanya 7 pasien baru yang datang kembali. Oleh karena itu, dilakukan penelitian kepuasan dan loyalitas pasien klinik tersebut dan apakah harga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dihasilkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi organisasi yang menjadi subjek penelitian akan tingkat kepuasan dan loyalitas terhadap organisasi tersebut.
- Sebagai referensi organisasi untuk penentuan harga bagi layanan jasa yang mereka berikan.

