

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revisit intention atau niat kunjungan ulang merupakan konsep penting dalam pemasaran dalam industri jasa (Karakan and Birdir, 2023). Niat kunjungan ulang merupakan salah satu aspek penting dalam konteks layanan kesehatan, yang dapat mempengaruhi keputusan pasien untuk menggunakan kembali layanan tersebut di masa depan. Kepuasan pasien sering dikaitkan dengan niat kunjungan ulang pasien (Kusumawardani and Damayanti, 2020; Pighin *et al.*, 2022; Az Zahra, Farida and Arso, 2023; Rifa and Bernarto, 2023; Islam *et al.*, 2024; Putra, Romadhona and Abdullah, 2024; Ngian *et al.*, 2025). Pengalaman pasien (*patient experience*) menunjukkan kualitas pelayanan yang diselenggarakan fasilitas kesehatan (Wolf *et al.*, 2021). Pengalaman pasien di fasilitas kesehatan berhubungan dengan kepuasan atas pelayanan yang diterima pasien. Kualitas pelayanan kesehatan tidak hanya dinilai dari tingkat kesembuhan secara fisik melainkan berbagai aspek lain seperti faktor psikologis, ekonomi maupun fisik yang membentuk ekspektasi pasien terhadap suatu layanan kesehatan (Mayasari, 2016).

Penelitian ini secara khusus memilih konstruk *patient experiential satisfaction* sebagai variabel mediasi karena dinilai lebih representatif dalam menjelaskan *revisit intention* dibandingkan dengan konsep kepuasan atau pengalaman pasien secara umum. Konstruk ini menekankan evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman pasien, tidak hanya dari sisi kognitif seperti kesesuaian antara harapan dan kenyataan, tetapi juga dari sisi afektif yang mencakup emosi dan kesan mendalam yang ditinggalkan

selama proses pelayanan berlangsung. Dalam konteks pelayanan jasa seperti kesehatan, pengalaman emosional memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan keputusan pasien di masa depan. Dengan mempertimbangkan aspek emosional dan memorabilitas layanan, pendekatan *patient experiential satisfaction* dinilai lebih mampu menangkap pengaruh holistik dari layanan terhadap kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan layanan yang sama (Heriyanto and Antonio, 2021; Harjono and Antonio, 2025). Konstruk ini dimodifikasi dari layanan *banking* pada penelitian terdahulu (Bag, Ray, and Banerjee, 2021).

Menurut data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, jumlah klinik pratama dengan kepemilikan swasta di Indonesia per tahun 2023 adalah 12.670 klinik yang mana merupakan jumlah tertinggi dibandingkan kepemilikan lain sesuai dengan gambar 1.1 (Seviana *et al.*, 2024). Tingginya jumlah klinik pratama dengan kepemilikan swasta sudah seharusnya diimbangi dengan kualitas pelayanan agar pasien atau konsumen tidak merasa kecewa dan menolak menggunakan jasa layanan kesehatan di sebuah klinik. Dalam era kompetisi yang semakin kompleks di sektor pelayanan kesehatan, keberadaan klinik pratama yang dikelola secara swasta memainkan peran penting dalam menyediakan akses layanan medis tingkat pertama kepada masyarakat. Sebagai fasilitas pelayanan kesehatan yang berada di garda terdepan, klinik pratama dituntut untuk tidak hanya memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, tetapi juga mampu membangun hubungan jangka panjang dengan pasien (Levinson, Lesser and Epstein, 2010; Huang *et al.*, 2019; Dinh *et al.*, 2022).



Gambar 1.1 Persentase Klinik Pratama Berdasarkan Kepemilikan di Indonesia

Sumber Acuan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2024)

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat antar penyedia layanan kesehatan, keberhasilan sebuah klinik dalam mempertahankan keberlangsungan operasionalnya sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan dan loyalitas pasien. Klinik swasta menghadapi tantangan besar untuk menyeimbangkan antara efisiensi biaya dan kualitas layanan guna menjaga kepercayaan masyarakat. Seiring dengan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya kualitas layanan kesehatan, tuntutan terhadap transparansi harga, kenyamanan fasilitas, serta keandalan tenaga kesehatan semakin meningkat. Salah satu aspek krusial yang berperan dalam membentuk kepuasan dan keputusan pasien untuk kembali berobat adalah persepsi terhadap keadilan harga (*price fairness*). Konsep ini merujuk pada penilaian subjektif pasien mengenai sejauh mana tarif layanan dianggap wajar dan sepadan dengan kualitas, hasil, serta pengalaman yang diterima selama proses perawatan. Persepsi yang positif terhadap keadilan harga menjadi pondasi awal dalam membangun rasa puas dan memperkuat niat untuk melakukan kunjungan ulang (Putu and Ekawati, 2020; Angelica and Bernarto, 2023; Nathania, Wuisan and Yuliana, 2023; Panjarwanto and Tambunan, 2024).

Namun demikian, harga bukan satu-satunya elemen yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien. Citra klinik (*clinic image*) menjadi variabel lain yang patut diperhatikan. Citra klinik mencerminkan keseluruhan persepsi pasien terhadap reputasi, keandalan, profesionalitas, dan nilai-nilai yang diusung oleh klinik tersebut. Dalam konteks persaingan layanan kesehatan yang makin kompetitif, citra yang positif dapat menjadi pembeda utama yang memengaruhi keputusan pasien dalam memilih tempat berobat. Citra klinik yang kuat tidak hanya menarik pasien baru, tetapi juga meningkatkan kepuasan mereka yang sudah pernah berkunjung, serta memperkuat niat untuk kembali (Fatima, Malik and Shabbir, 2018; Tan *et al.*, 2019; Lienata and Pink Berlianto, 2023; Ravichandran and Olickal, 2023; Nur *et al.*, 2024).

Di tengah persaingan yang ketat antar penyedia layanan kesehatan, keunggulan kompetitif tidak lagi cukup hanya didasarkan pada keberadaan dokter atau sarana penunjang medis. Keberhasilan klinik dalam mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan pasien sangat ditentukan oleh kemampuan dalam menjalin komunikasi yang efektif dan berorientasi pada kebutuhan pasien secara individual. Faktor komunikasi antara tenaga kesehatan dan pasien memegang peranan vital dalam membentuk pengalaman positif selama proses pelayanan. Komunikasi yang efektif, terutama yang mengedepankan pendekatan yang empatik dan berpusat pada pasien, terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan, kepatuhan terhadap rencana pengobatan, serta kemampuan pasien dalam mengelola kondisi kesehatannya sendiri. Bagi klinik swasta yang bersaing tidak hanya dengan fasilitas milik pemerintah, tetapi juga sesama klinik swasta lainnya, peningkatan kualitas komunikasi menjadi strategi

yang dapat memperkuat loyalitas pasien secara signifikan (Levinson, Lesser and Epstein, 2010; Huang *et al.*, 2019; Dinh *et al.*, 2022).

Pengalaman pasien selama menerima layanan kesehatan berkontribusi terhadap kepuasan emosional pasien. Bentuk kepuasan lahir dari kualitas pengalaman pasien selama berinteraksi dengan fasilitas layanan kesehatan. Tingkat kepuasan yang tinggi dari pengalaman tersebut tidak hanya memperkuat persepsi positif terhadap klinik, tetapi juga meningkatkan kemungkinan pasien untuk kembali menggunakan layanan di masa mendatang (Pighin *et al.*, 2022; Rifa and Bernarto, 2023).

Penelitian ini berfokus pada salah satu klinik pratama dengan kepemilikan swasta di Kabupaten Lamandau, Kalimantan Tengah. Data dari Badan Pusat Statistik di Kabupaten Lamandau, Kalimantan Tengah, terdapat penurunan pada jumlah klinik dari tahun 2018 hingga 2024. Pada tahun 2018, jumlah klinik di Kabupaten Lamandau adalah 74 klinik dan pada tahun 2024, jumlah klinik di Kabupaten Lamandau adalah 9 klinik. Namun data terkait kepemilikan klinik tersebut tidak diketahui (Badan Pusat Statistik, 2024). Belum ada data atau publikasi terkait jumlah klinik swasta di Kabupaten Lamandau. Dalam bertahan menghadapi situasi persaingan bisnis antar klinik, perlu dilakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas dan memenuhi harapan pasien. Dengan mempertimbangkan banyaknya klinik yang tidak mampu bertahan, semakin meyakinkan bahwa pelayanan di klinik swasta harus mampu bersaing dengan harapan meningkatkan *revisit intention* yang dapat membantu klinik beroperasi dengan maksimal.

Klinik XYZ yang mana tempat studi ini dilakukan hanya melayani pasien dengan pembiayaan *out-of-pocket*. Klinik ini tidak didanai oleh pembiayaan publik sehingga

orientasinya lebih pada perolehan laba. Klinik swasta yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan akan memiliki keunggulan kompetitif (Fatima, Malik and Shabbir, 2018). Fokus pada kepuasan pasien menjadi kunci menjaga kelangsungan klinik swasta, terutama saat menghadapi persaingan yang semakin tinggi.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik sekaligus tenaga kesehatan di klinik XYZ di Kabupaten Lamandau, klinik mengalami penurunan kunjungan pasien terutama pada 2 tahun ini. Pemilik menegaskan bahwa selama pandemi COVID-19, kunjungan tidak menjadi masalah. Pendapatan *gross* per bulan klinik XYZ sebelum adanya masalah kunjungan adalah 30 juta/bulan. Namun sejak tahun 2023, didapatkan pendapatan *gross* per bulan klinik XYZ adalah 15 juta/bulan. Pemilik klinik XYZ sendiri belum mengetahui penyebab turunnya angka kunjungan ini sehingga peneliti tertarik untuk menganalisis faktor terkait menurunnya kunjungan pasien pada klinik XYZ.

Dalam ekosistem layanan kesehatan di wilayah terpencil, keberadaan klinik swasta dengan pembiayaan *out-of-pocket* memainkan peran penting sebagai pelengkap layanan publik, khususnya bagi masyarakat yang membutuhkan akses cepat dan fleksibel terhadap pelayanan medis. Namun, beroperasi di luar sistem jaminan kesehatan nasional menjadikan klinik-klinik ini sangat bergantung pada keberlanjutan kunjungan berulang sebagai sumber utama pendapatan. Di tengah keterbatasan sumber daya dan jangkauan layanan kesehatan yang minim, fenomena penurunan kunjungan pasien pada populasi ini menjadi isu strategis yang tidak hanya berdampak pada aspek finansial penyedia layanan, tetapi juga pada kesinambungan pelayanan kesehatan bagi komunitas setempat. Fenomena ini menjadi semakin kompleks ketika menimbang bahwa di daerah-daerah seperti Kabupaten Lamandau, preferensi dan perilaku pasien

tidak semata-mata ditentukan oleh kualitas medis, melainkan juga oleh persepsi terhadap nilai layanan, keterjangkauan biaya, serta interaksi interpersonal dengan tenaga kesehatan. Klinik swasta di daerah ini sering kali beroperasi dengan model hubungan yang bersifat personal dan berbasis kepercayaan jangka panjang. Ketika terjadi penurunan angka kunjungan tanpa penjelasan yang jelas, hal ini dapat mengindikasikan adanya perubahan dalam persepsi pasien, dinamika kompetisi lokal, atau bahkan pergeseran nilai yang tidak terdeteksi.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk mengidentifikasi dan memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi *revisit intention* pasien dalam konteks klinik swasta dengan pembiayaan *out-of-pocket* di daerah terpencil yang selama ini masih jarang disentuh dalam literatur manajemen layanan kesehatan. Dengan menelusuri aspek-aspek yang membentuk pengalaman pasien secara holistik, penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelolaan klinik agar tetap adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen serta mampu menjaga kesinambungan layanan secara berkelanjutan. Sampai pada penelitian ini dilakukan, peneliti belum menyarankan penggunaan BPJS secara langsung dalam operasional klinik swasta, khususnya di wilayah terpencil. Namun bukan berarti peneliti mengabaikan pentingnya jaminan kesehatan nasional. Justru, keputusan tersebut lebih didasarkan pada pertimbangan strategis dan konteks bisnis yang spesifik. Dalam banyak kasus, bergabung dengan sistem BPJS menuntut klinik untuk menyesuaikan standar administrasi, tarif layanan, serta alur klaim yang kompleks, yang pada praktiknya bisa menghambat fleksibilitas operasional, terutama bagi klinik dengan kapasitas sumber daya terbatas. Oleh karena itu, strategi tidak mengintegrasikan BPJS dalam jangka

pendek dapat menjadi bagian dari *positioning* bisnis untuk menjaga kualitas, efisiensi, dan keberlanjutan layanan. Klinik tetap dapat memberikan edukasi kepada pasien mengenai pentingnya BPJS untuk kebutuhan jangka panjang, sambil mengoptimalkan layanan mandiri yang bersifat preventif, promotif, dan kuratif ringan. Pendekatan ini memungkinkan klinik berperan sebagai mitra transisi yang rasional dalam ekosistem layanan kesehatan yang lebih luas tanpa kehilangan kendali atas model bisnisnya sendiri.

Melalui penelitian ini, klinik juga mampu mengidentifikasi area perbaikan dan menerapkan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah semakin banyaknya penutupan klinik pratama terutama kepemilikan swasta. Dengan mengusulkan model konseptual berdasarkan *theory of reasoned action* (TRA) yaitu *revisit intention*, diharapkan penelitian ini mampu memeriksa dampak kepuasan pasien pada keinginan untuk menggunakan kembali jasa di klinik pratama swasta. Temuan dari studi ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan dan harapan pasien secara holistik dengan lebih efektif, serta memperkuat posisi klinik pratama swasta dalam industri layanan kesehatan yang semakin kompetitif.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif *price fairness* terhadap *patient experiential satisfaction*?

2. Apakah terdapat pengaruh positif *clinic image* terhadap *patient experiential satisfaction*?
3. Apakah terdapat pengaruh positif *communication* terhadap *patient experiential satisfaction*?
4. Apakah terdapat pengaruh positif *price fairness* terhadap *revisit intention*?
5. Apakah terdapat dampak positif *patient experiential satisfaction* terhadap *revisit intention*?
6. Apakah terdapat pengaruh positif *communication* terhadap *revisit intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh positif *price fairness* terhadap *patient experiential satisfaction*.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif *clinic image* terhadap *patient experiential satisfaction*.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif *communication* terhadap *patient experiential satisfaction*.
4. Untuk menganalisis pengaruh positif *price fairness* terhadap *revisit intention*.
5. Untuk menganalisis pengaruh positif *patient experiential satisfaction* terhadap *revisit intention*.
6. Untuk menganalisis pengaruh positif *communication* terhadap *revisit intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang pelayanan kesehatan.

Dengan mengkaji keterkaitan antara persepsi keadilan harga, citra klinik, dan kualitas *communication* terhadap kepuasan pengalaman pasien serta pengaruhnya terhadap niat kunjung ulang, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam konteks layanan kesehatan primer. Penelitian ini juga mampu menjadi referensi bagi pengembangan model teoritis yang mengintegrasikan aspek emosional dan kognitif dalam membentuk loyalitas pasien di sektor layanan jasa. Hasil kajian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar untuk penelitian lanjutan yang mengkaji variabel serupa dalam konteks dan pendekatan yang berbeda.

Bagi praktisi, khususnya pengelola klinik pratama swasta, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan strategis untuk merumuskan kebijakan pelayanan yang berfokus pada kepuasan dan loyalitas pasien. Temuan terkait pentingnya persepsi keadilan harga, kekuatan citra klinik, serta efektivitas komunikasi dalam membentuk pengalaman positif pasien dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan manajerial. Dengan memahami elemen-elemen yang paling berpengaruh terhadap niat pasien untuk kembali, pihak manajemen dapat merancang program peningkatan kualitas layanan yang lebih tepat sasaran, baik dari sisi harga, komunikasi interpersonal, maupun penguatan identitas merek klinik. Secara lebih luas, penelitian ini mendukung pengembangan sistem pelayanan kesehatan yang lebih berorientasi pada kebutuhan pasien dan berkelanjutan di tengah kompetisi yang semakin ketat.

1.5 Sistematika Penelitian

Tesis ini disusun secara sistematis ke dalam lima bab utama, yang masing-masing menyajikan informasi secara runtut dan saling berkaitan. Penyusunan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang utuh tentang proses dan hasil penelitian, mulai dari

perumusan masalah hingga kesimpulan akhir. Setiap bab memiliki fokus dan fungsi tersendiri dalam menjelaskan keseluruhan perjalanan penelitian, seperti berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan konteks dan alasan dilaksanakannya penelitian. Dalam bagian ini, dijelaskan secara rinci mengenai latar belakang permasalahan, relevansi serta urgensi topik yang dipilih. Selanjutnya, dipaparkan rumusan pertanyaan penelitian, tujuan yang ingin dicapai, dan manfaat dari penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis. Bab ini ditutup dengan penjelasan mengenai struktur atau sistematika penulisan tesis secara keseluruhan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini, dijelaskan landasan teori yang menjadi dasar pemikiran dalam penelitian. Pembahasan mencakup pengertian dan definisi dari setiap variabel utama, yakni price fairness, citra klinik, komunikasi, kepuasan pengalaman pasien, serta niat kunjungan ulang. Selain itu, dibahas pula bagaimana teori-teori yang relevan digunakan untuk merumuskan hipotesis. Bab ini ditutup dengan pemaparan model konseptual yang menggambarkan hubungan antarvariabel, yang akan diuji secara empiris.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci pendekatan dan prosedur yang digunakan dalam penelitian. Disampaikan informasi mengenai objek yang diteliti, unit analisis, jenis pendekatan yang digunakan, teknik pengukuran variabel, populasi serta metode penentuan sampel. Juga dijelaskan teknik pengumpulan data, metode analisis yang

digunakan, termasuk pendekatan PLS-SEM, dan pengujian instrumen penelitian untuk memastikan validitas serta reliabilitas data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini disajikan temuan penelitian, dimulai dari deskripsi karakteristik responden, analisis data deskriptif hingga analisis inferensial. Proses analisis dilakukan menggunakan metode statistik berbasis SEM, dengan tahapan meliputi uji validitas dan reliabilitas serta pengujian hipotesis. Hasil pengujian dibahas secara kritis, diikuti oleh analisis tambahan untuk menggali temuan lebih dalam serta pembahasan implikasi manajerial dari hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN

Bab terakhir menyajikan kesimpulan utama berdasarkan hasil analisis empiris, menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Selanjutnya, disampaikan pula implikasi praktis yang dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen, khususnya dalam konteks pelayanan di klinik pratama swasta. Bab ini ditutup dengan pembahasan mengenai keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian mendatang dalam bidang manajemen layanan kesehatan.