

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Bagi sebuah organisasi baik organisasi profit maupun non profit pada hakekatnya akan tumbuh dan berkembang jika mendapat kepercayaan dari pengguna produk/jasa yang dihasilkan organisasi tersebut. Pengguna produk/ jasa yang dimaksud adalah pelanggan. Pada prinsipnya pelanggan adalah asset paling berharga yang harus dipelihara dan dijaga agar pelanggan merasa puas. Secara tidak disadari jika pelanggan puas lewat *word of mouth* akan menyampaikan hal-hal yang baik yang akan mendatangkan pelanggan baru, disamping itu juga akan menambah nilai bagi pelanggan sebelumnya yang diharapkan akan membentuk loyalitas. Pelanggan yang puas merupakan pilar utama dalam menjalankan suatu bisnis agar kelangsungan hidup organisasi terjamin.

Pada saat ini sudah banyak organisasi yang melakukan aktivitas pemasaran berorientasi pada *Customer Satisfied*. Akan tetapi bagi organisasi terutama yang menjual jasa pelayanan maka bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan karena penilaian kepuasan pelanggan berbeda-beda tergantung dimensi yang dinilai dan tergantung karakter pelanggan yang menilai. Jadi setiap pelanggan dapat memberikan penilaian yang berbeda tergantung persepsi dari masing-masing pengguna jasa tersebut. Hal lain bahwa semakin sulitnya pelanggan untuk dipuaskan disebabkan pelanggan saat ini lebih banyak tuntutan atau keinginan atas produk atau jasa yang lebih unggul, waktu yang cepat bahkan mengharapkan

harga terjangkau dengan pelayanan bebas biaya. Hal ini menggambarkan ada terdapat banyak masalah yang berkaitan dengan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Karena itu pengukuran terhadap kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan nilai adalah tiga unsur yang perlu mendapat perhatian dengan cara melakukan pengukuran secara berkala untuk dievaluasi sehingga dapat ditingkatkan kearah yang lebih baik. Dengan semakin pentingnya ketiga unsur diatas berarti semakin tinggi nilai konsumen bagi pemasar, maka pemasar memiliki berbagai alternatif untuk memberikan kinerja yang dapat memberikan tingkat kepuasan bagi konsumen. Namun tetap konsumen yang menentukan keputusan akhir dalam menggunakan produk atau jasa tersebut. Hal penting lainnya adalah perlunya perhatian yang mendasar dalam menawarkan produk barang maupun jasa, karena antara barang dan jasa memiliki perbedaan karakteristik. Dimana organisasi yang menghasilkan output jasa memiliki karakteristik variability sehingga kinerjanya kerap tidak konsisten. Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat instrinsik (output dan penyampaian jasa) dan isyarat ekstrinsik (unsur- unsur pelengkap jasa) sebagai pedoman dalam mengevaluasi kualitas jasa.

Demikian pula halnya dengan aktivitas yang dilakukan oleh poliklinik UKM( Universitas Kristen Maranatha ). UKM dalam rangka melaksanakan 3 fungsi Tridharma Perguruan Tinggi yaitu : Pendidikan dan pengajaran , penelitian serta pengabdian masyarakat, maka poliklinik berperan memberikan layanan kesehatan kepada mahasiswa, anggota organisasi dan masyarakat sekitar kampus sebagai wujud nyata dari Fakultas Kedokteran sebagai salah satu Fakultas yang dimiliki oleh UKM .Secara khusus layanan jasa poliklinik ini perlu mendapat

perhatian karena akan menunjang dalam upaya meningkatkan kepercayaan terhadap UKM secara keseluruhan. Secara umum poliklinik adalah layanan jasa kesehatan yang berfungsi seperti rumah sakit, tetapi poliklinik mempunyai keterbatasan layanan sehingga apabila pasien memerlukan tindakan layanan kesehatan yang lebih serius maka pihak poliklinik dapat membuat surat rujukan ke rumah sakit.

Salah satu pelanggan poliklinik UKM adalah mahasiswa sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa kesehatan, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa dari aktivitas poliklinik tersebut. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan dengan membandingkan antara harapan pelanggan dan kenyataan kualitas layanan yang dirasakan perlu dilakukan penelitian secara berkala tentang ” Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai pengguna jasa kesehatan di Poliklinik UKM Bandung ”

## **1.2 Identifikasi masalah**

1. Bagaimana penilaian pasien terhadap kualitas layanan kesehatan yang diberikan poliklinik UKM dilihat dari setiap item dimensi *tangible*, *reliability*, *responsibility*, *assurance*, dan *empati* ?
2. Bagaimana kepuasan yang dirasakan oleh pasien setelah menggunakan jasa layanan poliklinik UKM yang dilihat dari setiap item dimensi *tangible*, *reliability*, *responsibility*, *assurance*, dan *empati* ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dari setiap dimensi yang diukur?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

1. Pengukuran kualitas layanan didasarkan pada lima dimensi yang terbentuk dari teori yang dikemukakan oleh Zeithaml, Valerie A., A.Parasuraman, and Leonard L.Berry (1990:41) dalam jurnal "*Delivering Service Quality*". Prasarvei untuk membentuk dimensi-dimensi yang akan diukur tidak dilakukan dalam penelitian ini agar tidak didapat hasil yang justru menjadi bias.
2. Pengukuran kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna jasa kesehatan hanya dilakukan pada mahasiswa UKM.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Mengetahui penilaian pasien terhadap kualitas layanan kesehatan yang diberikan poliklinik UKM dilihat dari setiap item dimensi *tangible*, *reliability*, *responsibility*, *assurance*, dan *empati*.
2. Mengetahui kepuasan yang dirasakan oleh pasien setelah menggunakan jasa layanan poliklinik UKM yang dilihat dari setiap item dimensi *tangible*, *reliability*, *responsibility*, *assurance*, dan *empati*.
3. Mengetahui berapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai pengguna jasa Poliklinik UKM.

Dengan melihat pada latar belakang, identifikasi dan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Organisasi yang diteliti

Sebagai bahan pertimbangan apabila ingin melakukan evaluasi terhadap kualitas layanan yang sudah diberikan kepada mahasiswa untuk dijadikan usulan perbaikan kearah yang lebih sesuai dengan keinginan pengguna jasa.

2. Peneliti Lain

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut atau untuk penelitian lain yang masih berhubungan.

- 3 Pengguna jasa poliklinik

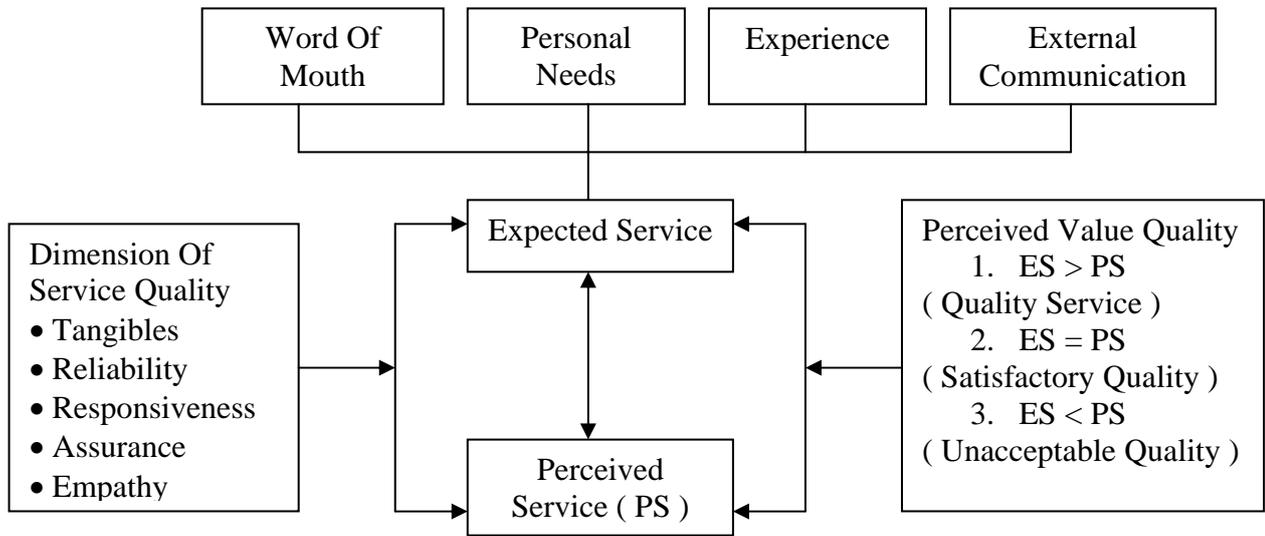
Dengan adanya masukan dari hasil penelitian ini diharapkan pengguna jasa dapat memperoleh kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan.

4. Peneliti sendiri

Dapat menambah wawasan pengetahuan dalam memperbandingkan antara teori dan aplikasi pengukuran kualitas layanan terhadap kepuasan suatu organisasi jasa seperti poliklinik.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Landasan dalam mengukur kualitas layanan jasa terhadap kepuasan adalah dengan menggunakan model seperti yang digambarkan dibawah ini :



Sumber : Zeithaml, Valerie A., A.Parasuraman, and Leonard L.Berry  
(1990:41)

Hasil studi yang dilakukan tersebut diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan adalah ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kenyataan tentang pelayanan yang diterima.
2. Faktor- faktor yang mempengaruhi harapan konsumen dibentuk melalui komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal.
3. Identifikasi 5 dimensi yang bisa mewakili kriteria penilaian pelanggan untuk menentukan kualitas layanan. Kelima dimensi yang dimaksud adalah :
  1. Bukti langsung (*tangible*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
  2. Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staff untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*Empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dengan perkataan lain konsep dari kepuasan/model dari kepuasan adalah :

$$S = f ( E, P )$$

*S = Satisfaction*

*f = function*

*E = Expectations*

*P = Perception*

Dengan kriteria penilaian :

Pelanggan sangat puas jika  $E > P$

Pelanggan puas jika  $E = P$

Pelanggan tidak puas jika  $E < P$

Baik atau tidaknya kualitas layanan yang diberikan oleh organisasi akan selalu dinilai oleh konsumen, demikian juga dengan poliklinik UKM. Jika kualitas yang disediakan dinilai baik maka pada saat konsumen membutuhkan jasa tersebut konsumen akan datang kembali untuk menggunakan jasa tersebut. Pada umumnya jika kualitas layanan yang disediakan baik maka konsumen akan merasa puas dan

sebaliknya jika kualitas layanan yang disediakan tidak baik maka konsumen akan merasa tidak puas dan akhirnya tidak akan datang kembali untuk menggunakan jasa tersebut. Akan tetapi ada kemungkinan bahwa kualitas layanan yang baik belum tentu konsumen dapat merasakan kepuasan atas kualitas layanan tersebut. Sebagai contoh, di dalam menilai kualitas layanan di poliklinik dilihat dari fasilitas fisiknya baik akan tetapi jika konsumen tidak sembuh dari sakit penyakitnya maka konsumen tersebut tidak akan merasa puas.

### **1.6 Hipotesis Penelitian**

Berangkat dari teori tentang kualitas layanan yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan, maka hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **Hipotesis 1**

Ho : Tidak ada pengaruh antara kualitas layanan tangible dengan kepuasan tangible.

H1 : Ada pengaruh antara kualitas layanan tangible dengan kepuasan tangible.

#### **Hipotesis 2**

Ho : Tidak ada pengaruh antara kualitas layanan reliability dengan kepuasan reliability.

H1 : Ada pengaruh antara kualitas layanan reliability dengan kepuasan reliability.

#### **Hipotesis 3**

Ho : Tidak ada pengaruh antara kualitas layanan *responsiveness* dengan kepuasan *responsiveness*.

H1 : Ada pengaruh antara kualitas layanan *responsiveness* dengan kepuasan *responsiveness*.

#### **Hipotesis 4**

Ho : Tidak ada pengaruh antara kualitas layanan *assurance* dengan kepuasan *assurance*.

H1 : Ada pengaruh antara kualitas layanan *assurance* dengan kepuasan *assurance*.

#### **Hipotesis 5**

Ho : Tidak ada pengaruh antara kualitas layanan *emphaty* dengan kepuasan *emphaty*.

H1 : Ada pengaruh antara kualitas layanan *emphaty* dengan kepuasan *emphaty*.

### **1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan pada poliklinik UKM yang terletak di Jalan Surya Sumantri 65 Bandung sedangkan waktu penelitian dilakukan antara bulan September sampai dengan Desember 2006.