

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kesehatan merupakan salah satu kebutuhan penting umat manusia, karena kesehatan merupakan investasi yang tak ternilai harganya. Pelayanan kesehatan terbagi menjadi dua bagian besar yaitu pelayanan medik dan pelayanan kesehatan masyarakat. Pelayanan kesehatan yang bermutu adalah pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata penduduk serta penyelenggaraannya sesuai dengan kode etik dan standar pelayanan yang ditetapkan (Azwar, 1996). Dua unsur penting dalam upaya peningkatan pelayanan kesehatan adalah tingkat kepuasan pelanggan sebagai pengguna jasa dan pemenuhan standar pelayanan yang telah ditetapkan.

Persaingan dalam industry jasa pelayanan kesehatan di Indonesia terutama di kota-kota besar seperti Bandung semakin meningkat (Atmajaya, 2010). Dengan semakin banyaknya pelayanan kesehatan yang muncul menyebabkan konsumen menjadi lebih banyak pilihan dengan tuntunan mutu yang semakin beragam dan dinamis, oleh karena itu setiap pelayanan kesehatan dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari seluruh sumber daya yang ada, alat, sarana, prasarana, teknologi, metode, hasil analisa, dan yang paling penting adalah sumber daya manusianya.

Perkembangan sektor teknologi yang pesat seiring meningkatnya harapan pelanggan telah banyak membawa dampak perubahan besar dalam dunia kesehatan, khususnya pada pelayanan yang dihasilkan dari peralatan-peralatan yang modern dan canggih serta kualitas pelayanan yang semakin meningkat, dengan demikian perkembangan sektor teknologi dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan faktor penting dalam hal meningkatkan kualitas suatu pelayanan kesehatan.

Berdasarkan fenomena diatas untuk menanggapi kebutuhan masyarakat akan pentingnya sarana dan prasarana kesehatan maka kualitas pelayanan dibidang kesehatan harus terus ditingkatkan oleh perusahaan yang menyediakan layanan jasa berupa laboratorium seperti halnya Laboratorium Klinik Prodia. Laboratorium Klinik Prodia adalah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan kesehatan (laboratorium) yang menyediakan layanan diagnosa yang terbaik, diwujudkan dalam mutu hasil pemeriksaan yang akurat, terpercaya, dan tepat guna. Pada saat ini persaingan akan bisnis laboratorium kesehatan sangat tinggi, terlihat tidak hanya laboratorium klinik prodia saja yang ada di kota Bandung namun juga banyak laboratorium lain serta rumah sakit yang juga menyediakan fasilitas laboratorim. Untuk menghadapi persaingan tersebut maka Laboratorium Prodia harus terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan konsumen.

Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan demi mencapai kepuasan konsumen dibutuhkan 3 hal yaitu: *Service Excellence, Branded Service dan Care.* *Service Excellence* mengedepankan kepuasan untuk memepertahankan pelanggan supaya tidak berpindah, tapi sayangnya dalam realita loyalitas berdasarkan kepuasan saja tidak terlalu kuat. *Brand Service* mengedepankan hubungan erat dengan pelanggan (*strong customer relationship*). *Customer Relationship Management atau CRM* banyak digunakan perusahaan di bidang service untuk bisa menangkap trend dan data kebutuhan pelanggan guna memberikan pelayanan yang lebih costumized. *Care* merupakan tahapan paling tinggi yang diberikan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, pada tahapan inilah customer akan bisa berubah dari sekedar repeat buyer menjadi *brand advocate*, ini tidak hanya loyal membeli atau menggunakan service dari perusahaan tersebut namun juga menyebarkan *word-of-mouth* kepada pelanggan lainnya. **(Sokarno, Marketeers Januari 2012).**

Pada acara Marketeer Dinner Seminar tanggal 27 Oktober 2011, Laboratorium Klinik Prodia memenangkan "*Bandung service excellence Award 2011*" yang juga dimuat di Majalah Marketeer Edisi 12, dan pada tahun 2012 kembali penghargaan tersebut di raih oleh Prodia. Target Laboratorium Klinik

Prodia untuk kualitas pelayanan pada konsumen pada saat itu adalah sebesar 75%, namun berdasarkan hasil observasi kualitas pelayanan seperti tempat parkir masih kurang, terbukti masih banyak pasien yang parkir dipinggir jalan pada saat berkunjung ke Laboratorium Klinik Prodia, padahal tempat parkir merupakan bentuk nyata dari kualitas pelayanan yang secara langsung bisa dinilai oleh konsumen dengan kasat mata. Untuk itu penulis melakukan survey awal berupa uji coba kepada 35 responden yang berkunjung ke laboratorium, dari hasil yang telah diolah didapatkan data sebagai berikut :

Tabel 1.1
Perolehan data kualitas pelayanan di Laboratorium Klinik Prodia

No	Pernyataan	Skor
1	Hasil yang diberikan akurat	84,57
2	Hasil pemeriksaan yang diberikan tepat waktu	80,00
3	Jenis pemeriksaan yang disediakan lengkap	80,00
Jumlah Keandalan (Reliability)		81,52
4	Proses pelayanan cepat	80,00
5	Hasil pemeriksaan Laboratorium yang cepat	80,00
6	Cepat tanggap terhadap keluhan	78,86
Jumlah Daya Tanggap (Responsiveness)		79,62
7	Peralatan canggih	82,29
8	Petugas terampil dalam pengambilan darah	78,29
9	Petugas mampu menjelaskan informasi dengan baik	79,43
Jumlah Jaminan (Assurance)		80,00
10	Petugas mampu memahami kebutuhan pelanggan	77,14
11	Petugas ramah	76,57
12	Petugas proaktif dalam melayani	72,00
Jumlah Empati (Empathy)		75,24
13	Fasilitas Tempat Parkir yang disediakan luas	72,57
14	Ruangan yang disediakan nyaman	80,00
15	Lokasi strategis dan mudah di jangkau	80,00
Jumlah Berwujud (Tengibles)		77,52

Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan data diatas bila mengikuti Target Kualitas Pelayanan yang ditetapkan di tahun 2012 yaitu 75%, terbukti bahwa tempat parkir dan keproaktifan petugas masih berada dibawah target yang diharapkan oleh Laboratorium Klinik Prodia. Pada tahun 2013 ini Laboratorium Klinik Prodia akan meningkatkan kualitas layanan untuk memberikan yang lebih baik lagi terhadap pelanggannya, untuk itu target kualitas pelayanan dinaikkan menjadi 80%, jika dilihat dari data diatas maka terjadi peningkatan kualitas pelayanan yang masih dibawah target, yaitu selain tempat parkir dan keproaktifan petugas juga pada cepat tanggap terhadap keluhan, terampil dalam pengambilan darah, kemampuan menjelaskan informasi dengan baik, mampu memahami kebutuhan pelanggan, serta keramahan petugas. Hal tersebut menunjukan masih ada dari beberapa konsumen yang merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Laboratorium Klinik Prodia, padahal kepuasan konsumen merupakan tujuan dari perusahaan.

Dengan meningkatnya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, memaksimalkan dampak pelayanan terhadap peningkatan pasar.

Penelitian ini mengamati kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Prodia Bandung. Latar belakang dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan serta kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Oleh karena itu Laboratorium Klinik Prodia dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan (dapat dilihat teori dari **Kotler**, menurut **Kotler (2005:49)** mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang bersifat tersirat.) agar kepuasan pelanggan meningkat (dapat dilihat teori dari **Kotler**, menurut **Kotler (1994)** yang dikutip oleh **Tjiptono (2005:147)** menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat kinerjanya atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya).

Untuk memenuhi hal tersebut perlu diketahui dimensi kualitas apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Prodia Bandung. Menurut **Zeithaml, Berry, dan Parasuraman** dimensi kualitas yang dimaksud adalah *reliability* (keterandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangible* (nyata).

Untuk dapat menentukan kebijakan pelayanan mana yang tepat maka diperlukan kajian tentang dimensi kualitas pelayanan kepada pasien di Laboratorium Klinik Prodia. Permasalahannya adalah apakah ada hubungan variabel *reliability* (keterandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangible* (nyata) terhadap kepuasan pasien.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang hasilnya dituangkan dalam bentuk Skripsi yang berjudul :

“HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LABORATORIUM KLINIK PRODIA BANDUNG”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, penulis mengidentifikasi masalah yang akan dibahas, yaitu:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Menurut Konsumen Laboratorium Klinik Prodia Bandung?
2. Bagaimana Kepuasan Konsumen di Laboratorium Klinik Prodia Bandung?
3. Apakah terdapat Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen di Laboratorium Klinik Prodia Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan menurut persepsi konsumen Laboratorium Klinik Prodia Bandung.

2. Untuk menganalisis kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Prodia Bandung.
3. Untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Prodia Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat atau kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi penulis, menambah dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan mengenai hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan yang diteliti.
2. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat dalam mengembangkan dan memajukan perusahaan.
3. Bagi pihak lain sebagai sumber informasi dan titik tolak bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan adalah faktor terpenting dalam perusahaan karena kualitas yang baik akan membuat konsumen merasa puas yang pada akhirnya akan menjadi loyal terhadap perusahaan.

Menurut informasi yang diperoleh dari **Tjiptono (2001)**, kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Sedangkan menurut **Kotler (2005:49)** mengungkapkan bahwa :

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang bersifat tersirat.

Lima penentu mutu jasa menurut **Parasuraman, Zeithaml, Berry** yang dikutip oleh **Kotler dan Keller (2007:123)**, kelimanya disajikan secara berturut-turut berdasarkan tingkat kepentingannya:

- a. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
- d. Empati (*Empathy*) yaitu ketersediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus pada masing-masing pelanggan.
- e. Berwujud (*Tangibles*) yaitu penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Menurut **Kotler (1997:360)** yang dikutip **Tjiptono (2004:147)** kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

Tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja atau hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan.

Menurut **Tse dan Wilton (1988)** yang dikutip oleh **Tjiptono (2004:146)**, pengertian dari kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

Respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya.

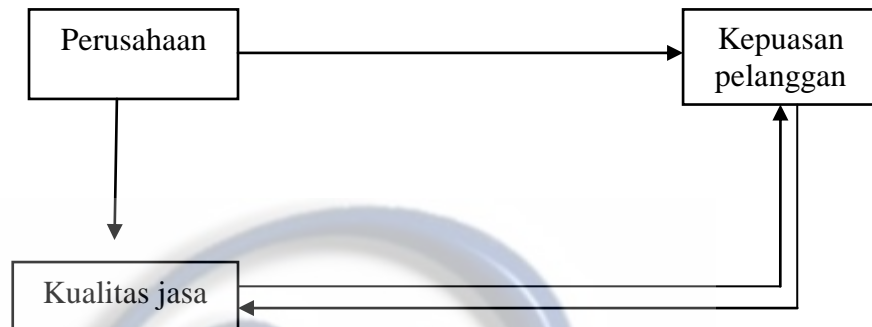
Menurut **Engle (1995)** yang dikutip oleh **Tjiptono (2005:146)**, pengertian kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

Evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan.

Dalam definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perbedaan antara harapan sebelum pembelian dengan hasil yang dirasakan setelah pembelian.

Tabel 1.2

Bagan kerangka pemikiran



Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Kinerja di persepsi oleh konsumen, menurut Mowen dan Minor (2002:98) menemukan bahwa :

Bukti yang kuat bahwa kinerja kualitas pelayanan aktual mempengaruhi kepuasan konsumen secara independen dari harapan, kelayakan, dan atribusi. Studi juga telah menemukan bahwa kinerja atau kualitas pelayanan yang dilihat secara langsung mempengaruhi *customer satisfaction or dissatisfaction (cs/ d)* khususnya bila pelayanan itu ada dimana-mana dan sudah dievaluasi.

Berdasarkan Mowen dan Minor (2002:98) maka, kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen, jika kualitas pelayanan baik, maka konsumen juga akan merasa puas, begitupun sebaliknya. Hal ini juga diperkuat oleh **Salazar** dalam *Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioural Intentions: Study of The Hospitality Sector* "persepsi kualitas pelayanan berkontribusi lebih banyak untuk kepuasan konsumen daripada sebaliknya. Hasil ini menegaskan penelitian lain. tetapi perlu dicatat bahwa kepuasan juga memiliki pengaruh pada kualitas pelayanan."

Hipotesis: Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

1.6 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian analisis deskriptif, dimana metode penelitian analisis deskriptif merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, menyajikan, menganalisis data pada perusahaan yang diteliti sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti.

Mohammad Nazir (2003:54), mendefinisikan metode deskriptif sebagai berikut:

Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu kondisi, suatu penelitian ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai perusahaan khususnya mengenai aspek-aspek yang sedang diteliti dan hubungan antar variable yang diteliti.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian di Laboratorium Klinik Prodia Jalan Wastukencana Bandung
Penelitian ini dilaksanakan terhitung pada Bulan September 2012 sampai dengan April 2013.