

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Persaingan yang berbasis waktu, memiliki dua bentuk persaingan, yaitu *fast to market* dan *fast to product*. Perusahaan yang *fast to market*, secara konsisten mampu menawarkan lebih banyak produk baru, lebih cepat dari pesaing. Perusahaan ini menekankan pada pengurangan waktu tunggu dalam desain, sehingga ia memiliki keunggulan kompetitif dalam hal memperkenalkan teknologi baru. Sedangkan perusahaan yang *fast to product* menekankan kecepatan dalam merespon permintaan konsumen terhadap produk yang telah ada. Perusahaan ini berfokus pada pengurangan waktu tunggu, mulai dari konsumen memberikan pesanan sampai dengan pesanan tersebut sampai di tangan konsumen. Pada industri rumah sakit, waktu tunggu dimulai ketika konsumen datang untuk mendapatkan layanan transaksi, mengantri, sampai dengan ia dilayani oleh karyawan rumah sakit. Maka dalam penilaian mengenai kualitas waktu tunggu, konsumenlah yang menilai apakah waktu menunggu yang dialaminya cepat, cukup cepat atau lama, yang dalam penelitian ini disebut sebagai persepsi konsumen terhadap waktu antri.

Karena karakteristik jasa berbeda dengan manufaktur, maka perusahaan jasa mempunyai variabel bauran pemasaran tambahan selain

memuaskan pasar sasaran secara bersamaan. Sehingga pabrik atau tempat jasa itu dibuat dan personel-personel yang melakukan kontak langsung dengan konsumen memainkan fungsi yang sangat penting. Selain itu karena jasa tidak dapat terlihat, konsumen seringkali mencari pengganti atau petunjuk untuk membantunya menentukan kapabilitas perusahaan. Seringkali satu-satunya petunjuk yang ada adalah fasilitas fisik dan karyawan (Bitner, 1990) dalam Dwinita (2001).

Berdasarkan alasan tersebut, Booms dan Bitner (Bitner,1990) dalam Dwinita (2001) mengajukan perluasan bauran pemasaran untuk jasa, yang terdiri dari variabel tradisional 4P ditambah tiga yang baru, yaitu *physical evidence* (lingkungan fisik dan semua tanda-tanda yang dapat terlihat), *participants* (semua aktor manusia dalam penyampaian jasa, termasuk karyawan perusahaan dan konsumen lain) dan *process* (prosedur, mekanisme dan aliran aktivitas). Pengurangan waktu tunggu dalam *time-based competition* dicapai melalui perbaikan proses. Penelitian ini akan meneliti pengaruh lingkungan fisik terhadap waktu menunggu dalam antrian yang dipersepsikan konsumen.

Pendekatan yang biasanya dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam mengatasi masalah antrian adalah dengan cara mengurangi panjang antrian. Misalkan dengan cara menambah jumlah petugas penyedia layanan, mengubah prosedur, melengkapi dengan mesin layanan, dan sebagainya. Penelitian ini mencoba untuk mengusulkan variabel lain yang dapat digunakan manajemen dalam masalah masalah antrian.

menajemen persepsi. Penelitian ini melihat antrian tidak dari sudut pandang perusahaan sebagai penyedia jasa, melainkan dari sudut konsumen. Variabel yang menjadi fokus bukanlah panjang antrian, melainkan waktu antri. Bauran pemasaran lingkungan fisik akan dilihat pengaruhnya terhadap persepsi konsumen akan waktu antrian. Pemikiran di balik manajemen persepsi adalah jika konsumen berpikir bahwa mereka puas, maka mereka puas. Demikian juga, jika konsumen berpikir bahwa mereka menunggu dalam waktu yang pendek, maka berarti waktu menunggunya memang cukup pendek, seberapa pun lamanya waktu menunggu yang sesungguhnya.

Sejak diciptakan, teori antrian juga mencakup industri jasa yang mencoba mengatasi ketidakpuasan pelanggannya. Rumah sakit berusaha untuk menciptakan sistem antrian yang efisien untuk mengurangi waktu antrian di depan loket pendaftaran. Industri penerbangan mencoba untuk menciptakan aliran bagasi yang secepat mungkin. Teori-teori antrian awal membuat kesalahan dalam membuat asumsi mengenai rata-rata waktu. Misalkan, seseorang menunggu selama 30 menit dan yang lain 10 menit, perusahaan yang ingin mengurangi waktu tunggu menghitung rata-rata biaya sama dengan 20 menit. Padahal biaya waktu tunggu seseorang tidak proporsional dengan keseluruhan waktu tunggu.

Dalam perkembangan akhir-akhir ini, orientasi pendirian rumah sakit mengalami pergeseran. Terjadinya perubahan ini seiring dengan tanggung jawab rumah sakit agar mandiri dalam operasionalnya, baik rumah sakit pemerintah maupun rumah sakit swasta. Orientasi pendirian rumah sakit yang

bersifat sosial atau lembaga usaha bercirikan tidak mencari keuntungan, secara pelan-pelan berubah menjadi sebuah lembaga usaha sosial yang bercirikan mencari keuntungan. Artinya, lembaga usaha sosial yang harus berusaha menata manajemennya sedemikian rupa sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen-konsumennya. Pergeseran orientasi pendirian rumah sakit tersebut terjadi karena semua kegiatan sosial tersebut tidak dapat terlaksana dengan baik bila tidak adanya dana pendukung yang jumlahnya tidak sedikit. Oleh karena itu, disamping menerima konsumen dalam rangka fungsi sosial, rumah sakit juga menerima konsumen guna menambah pendapatan untuk menunjang operasional rumah sakit tersebut, salah satunya adalah pelayanan. Tidak dapat disangkal lagi pemerintah dalam hal ini berupaya untuk meningkatkan penerimaan yang berasal dari sektor jasa, karena jasa tersebut memberikan pemasukan yang cukup signifikan terhadap penerimaan negara. Industri jasa banyak macamnya yang ada di Indonesia, seperti industri pariwisata, jasa angkutan, konsultan, pendidikan serta jasa layanan umum lainnya, salah satu contoh industri jasa yang berkembang dengan cepat di Indonesia adalah industri jasa rumah sakit, baik rumah sakit milik pemerintah maupun milik swasta bahkan juga asing.

Ada tiga faktor yang berpengaruh terhadap waktu tunggu. Faktor pertama yaitu keadilan sosial. Teori antrian didesain menurut aturan *first out* sebagai ukuran bagaimana keadilan sistem antrian tertentu. Faktor yang nyaman atau antri di tengah-tengah suasana hiruk pikuk. Umpan balik mengenai kelambatan pelayanan merupakan faktor yang ketiga. Selanjutnya

persoalan yang penting tentang biaya pengalaman menunggu seseorang bukanlah hanya dalam bentuk uang, tetapi dalam hal frustrasi, kemarahan, dan bentuk stres yang lain. Jika perusahaan mengetahui prinsip ini, maka industri jasa seperti restoran, rumah sakit dan penerbangan, dapat lebih bijaksana dalam mengelola antrian jasa mereka.

Lembaga keuangan, khususnya lembaga rumah sakit mempunyai peranan yang amat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Bahkan telah menjangkau ke luar batas negara melalui kegiatan perusahaan-perusahaan multinasional. Karena pentingnya peran rumah sakit dalam kegiatan bisnis masyarakat, maka rumah sakit harus dikelola dengan baik.

Dalam industri jasa rumah sakit ini, antara satu rumah sakit dengan lainnya berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya, tetapi kualitas pelayanan yang diberikan antara satu rumah sakit dengan rumah sakit lainnya memiliki perbedaan dan karakteristik masing-masing (Youseff, et.al., 1996) dalam Dwinita (2001). Saat ini konsumen sangat teliti dan sangat memperhatikan bentuk pelayanan dan jenis pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit tersebut kepada konsumennya, semakin lama konsumen akan semakin selektif dalam memilih rumah sakit, sehingga ini merupakan sebuah tantangan dalam perkembangan industri rumah sakit di Indonesia.

Dari uraian diatas, dapat kita lihat bahwa bagi industri jasa, kepuasan

panjang, karena penjualan lebih mudah diraih dari pembelian ulang pembeli yang loyal. Setelah melakukan pembelian, konsumen akan melakukan evaluasi terhadap pengalaman jasa yang telah ia alami. Begitu pula yang dilakukan oleh seorang konsumen rumah sakit ketika ia membeli layanan di rumah sakit. Pengalaman mengantri layanan di loket pendaftaran merupakan salah satu atribut yang dinilai konsumen, ketika ia menilai layanan rumah sakit itu secara keseluruhan. Apabila kualitas layanan rumah sakit itu dinilai baik, maka konsumen tersebut akan merasa puas.

Selain pendekatan manajemen operasi, pendekatan manajemen persepsi dapat dijadikan alternatif lain untuk mengelola permasalahan antrian. Pendekatan ini menganut prinsip bahwa kualitas antrian bukan dilihat dari hasil perhitungan matematis yang dilakukan oleh perusahaan, melainkan dilihat dari pengalaman yang dirasakan konsumen selama ia antri. Apabila konsumen merasakan pengalaman antri yang positif, maka berarti perusahaan telah berhasil dalam mengelola antrian.

Untuk membentuk pengalaman antri yang positif, perusahaan perlu mengelola lingkungan antrian yang baik. Aspek lingkungan fisik antrian meliputi apa saja yang dapat dilihat, didengar dan dirasakan oleh konsumen, seperti musik, temperatur, pemasangan TV, dekorasi dan sebagainya. Sedangkan pengalaman antri dapat dilihat dari bagaimana persepsi konsumen terhadap waktu antri yang sesungguhnya, maka berarti ia merasakan pengalaman antri yang positif.

Di dalam mencapai tujuan yang berorientasi pada kepuasan konsumen, disamping aspek fasilitas rumah sakit, peranan dokter dan perawat baik medis maupun non medis menjadi sangat penting karena kinerja mereka akan menentukan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan akan berlanjut pada proses terbentuknya *image* terhadap rumah sakit. Dalam dunia pemasaran, pembentukan citra perusahaan yang positif akan sangat membantu perusahaan dalam kegiatan pemasarannya, karena dalam kondisi persaingan yang sangat ketat maka setiap perusahaan akan berusaha menempatkan dirinya sebaik mungkin dimata konsumen agar dapat dipercaya untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu strateginya adalah perlunya membentuk citra yang positif sebagai variabel yang bisa mempengaruhi konsumen dalam mempercepat proses pengambilan keputusan, sehingga rumah sakit tersebut memiliki citra positif di mata konsumennya.

Demikian pentingnya lingkungan fisik pada waktu menunggu untuk dapat memberikan kepuasan pelayanan. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN PADA LINGKUNGAN FISIK DAN PENGARUHNYA PADA WAKTU**

B. RUANG LINGKUP PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian, dengan batasan-batasan sebagai berikut :

1. Rumah Sakit merupakan sebuah badan usaha yang bergerak bidang jasa dan usahanya untuk menangani masalah kesehatan masyarakat. Operasional rumah sakit meliputi kegiatan unit gawat darurat, instalasi rawat jalan dan rawat inap. Penelitian ini meneliti tentang antrian di loket pendaftaran. Karyawan yang melakukan tugas operasional rumah sakit di loket pendaftaran adalah administrasi dan *customer service*. Penelitian ini mengkhususkan pada antrian konsumen untuk mendapatkan pelayanan di loket pendaftaran. Maka antrian rumah sakit untuk mendapatkan pelayanan *customer service* di loket pendaftaran tidak termasuk dalam sampel penelitian ini.
2. Seperti yang telah dikemukakan dalam latar belakang penelitian di muka, penelitian ini mengukur antrian dari perspektif konsumen. Sehingga yang diukur adalah pengalaman antri konsumen, khususnya waktu menunggu di antrian. Waktu menunggu di antrian mencakup dua pengukuran, yaitu waktu menurut persepsi konsumen dan waktu menunggu yang sesungguhnya. Maka penelitian ini dibatasi pada antrian menurut persektif konsumen dan tidak mengukur panjang antrian, berapa orang dalam sistem antrian menurut perspektif rumah sakit.
3. Penelitian ini secara khusus ingin meneliti pengaruh variabel lingkungan fisik terhadap antrian. Faktor-faktor yang lebih penting yang akan diteliti adalah

konsumen, sifat transaksi dan lain-lain tidak dimasukkan sebagai variabel penelitian ini. Karena penelitian ini dikhususkan pada meneliti antrian, maka variabel yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dibatasi pada satu variabel, yaitu persepsi konsumen terhadap waktu antri.

4. Objek penelitian ini mencakup satu rumah sakit, yaitu Rumah sakit Dr. Sardjito.

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh persepsi konsumen akan dimensi-dimensi lingkungan fisik terhadap waktu antri yang dipersepsikan konsumen.
2. Apakah ada pengaruh persepsi konsumen akan waktu antri terhadap kepuasan akan pelayanan.
3. Apakah ada pengaruh persepsi konsumen akan dimensi lingkungan fisik terhadap kepuasan akan pelayanan.

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Menguji pengaruh persepsi konsumen akan dimensi-dimensi lingkungan fisik terhadap waktu antri yang dipersepsikan konsumen.

3. Menguji pengaruh persepsi konsumen akan dimensi lingkungan fisik terhadap kepuasan akan pelayanan.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi perusahaan-perusahaan di sektor jasa

Penelitian ini bermanfaat sebagai pertimbangan / masukan dalam penentuan kebijakan yang berhubungan dengan pemilihan *lay out*, peralatan dan teknologi yang digunakan di loket pendaftaran.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini bermanfaat dalam mengidentifikasi aspek lain dari