

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa dekade terakhir, sektor jasa telah mulai memegang peranan vital dalam perekonomian dunia. Bahkan beberapa negara hampir 70% dari total angkatan kerjanya berkecimpung dalam sektor ini (Brown, et al. dalam Tjiptono, 2011). Walaupun begitu, minat dan perhatian pada aspek kualitas jasa terus dikembangkan hingga saat ini.

Dalam pasar yang hiperkompetitif, tidak ada satupun bisnis yang bisa bertahan lama tanpa adanya usaha untuk menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Dalam industri jasa, terutama jasa yang tingkat kontak dengan konsumennya tinggi, semua staf dan karyawan harus memperhatikan tindakan dan perilaku mereka karena dapat berpengaruh secara langsung terhadap keluaran yang diterima konsumen.

Dalam industri jasa kesehatan, terkait perlunya peningkatan pelayanan kesehatan, pembangunan kesehatan juga harus diarahkan pada pemberian pelayanan kesehatan yang bermutu, yaitu pelayanan kesehatan yang diselenggarakan sesuai dengan standar dan etika pelayanan profesi. Dalam kondisi seperti ini setiap jasa kesehatan dituntut untuk meningkatkan kinerjanya dengan cara melayani pasien sebaik mungkin.

Asri Medical Center Yogyakarta merupakan sebuah lembaga yang bergerak di bidang jasa pelayanan kesehatan. Asri Medical Center Yogyakarta termasuk badan usaha bidang pelayanan kesehatan non profit

atau IPSM (Institusi Pelayanan Sosial Masyarakat). Asri Medical Center sendiri didirikan berdasarkan SK BPH UMY. Ijin Pendirian Asri Medical Center atas nama UMY sebagai induk organisasinya. (<http://www.asrimedicalcenter.com/>)

Layanan kesehatan yang diberikan oleh AMC kepada pasiennya diharapkan dapat memberikan penilaian tersendiri terhadap kualitas layanan AMC. Jika kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan nilai yang dipersepsikan pasien, maka pasien akan merasa puas. Begitupun sebaliknya, jika pasien mendapatkan pelayanan tidak sesuai dengan nilai yang dipersepsikannya, maka pasien tidak akan merasa puas. Hal ini akan menyebabkan pasien mempunyai penilaian terhadap AMC dan akan berpengaruh kepada tingkat kepuasan dan selanjutnya berpengaruh juga terhadap loyalitasnya.

Fenomena yang terjadi pada jasa kesehatan saat ini, yaitu: adanya beberapa kasus malpraktek di beberapa rumah sakit di Indonesia. Di Indonesia, kasus malpraktek tidak tercatat secara rinci. Hanya upaya pengaduan ke Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Kesehatan yang menjadi acuan jumlah kasus malpraktek medis. Menurut data yang dihimpun dari LBH Kesehatan terdapat lebih dari 200 kasus dalam rentang 2003 – 2012. Hingga 2015 ini, masih belum ada catatan resmi yang dikeluarkan terkait kasus malpraktek.

Beredarnya kabar tersebut berimplikasi pada tingkat kepercayaan konsumen terhadap jasa layanan kesehatan. Hal tersebut membuat konsumen tengah berada dalam pemikiran tentang risiko yang mungkin akan dihadapinya ketika menggunakan jasa layanan kesehatan.

Dukungan pemerintah terhadap pengadaan jasa kesehatan pula ikut berperan dalam pembentukan Undang-Undang yang berkaitan dengan pelayanan jasa kesehatan. Tentu hal ini untuk menjaga hak-hak pasien, agar jasa kesehatan tidak melupakan nilai-nilai yang harus di jaga dari pasien itu sendiri. Adapun dukungan pemerintah terhadap perlindungan hak pasien, diantaranya: Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dalam lingkup pelayanan kesehatan oleh rumah sakit dan Undang-undang No. 23 tahun 1992 tentang kesehatan, memberikan konsekuensi hukum tentang kewajiban dan tanggung jawab jasa kesehatan dan dokter untuk memenuhi hak-hak pasien. Para pelaku usaha atau pemberi jasa diwajibkan untuk memeberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian bila ada keluhan dari konsumen.

Penelitian ini merupakan replikasi dan penyederhanaan dari penelitian sebelumnya yaitu: “Pengaruh kualitas inti, kualitas hubungan, risiko yang dipersepsikan, dan harapan konsumen pada loyalitas konsumen dan komplain konsumen pada salon kecantikan X yang ada di Yogyakarta”. Oleh Manoppo (2008). Hasil penelitian tersebut menunjukkan semakin tinggi kualitas layanan yang diterima oleh konsumen maka semakin tinggi nilai yang dipersepsikan pada salon kecantikan tersebut oleh konsumen. Semakin tinggi nilai yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap salon kecantikan tersebut maka persepsi konsumen akan risiko yang diterma semakin kecil. Selain risiko yang dipersepsikan, dalam penelitian ini terdapat harapan konsumen dimana jika salon kecantikan X sesuai dengan harapan konsumennya, maka semakin tinggi nilai yang dipersepsikan pada salon kecantikan tersebut.

Penelitian Sudarwati (2003) dalam Manoppo (2008) menggunakan kualitas jasa dimana kepuasan pelanggan dipengaruhi kualitas layanan, *perceived value*, dan *future intention*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *perceived value* dalam pembentukan kepuasan pelanggan dimana kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada *loyalty intention* dan berpengaruh negatif pada *switching intention*. Jadi kualitas layanan tidak berpengaruh langsung pada kepuasan pelanggan, tetapi melalui *perceived value*.

Manoppo (2008) mengatakan persepsi bahwa suatu pembelian berisiko menjadikan konsumen melakukan aktivitas pencarian informasi tambahan. Sehingga risiko persepsian merupakan perilaku konsumen pra-pembelian. Menurut Fornell (1996) dalam Manoppo (2008) kualitas yang dirasakan maupun harapan pelanggan keduanya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung melalui nilai yang dirasakan. Harapan konsumen menurut Hatane (2006) yaitu apa yang diinginkan atau diharapkan pelanggan untuk ada di suatu tempat perbelanjaan. Baik risiko persepsian maupun harapan konsumen keduanya merupakan aktivitas pra-pembelian sehingga tidak bisa mempengaruhi kepuasan konsumen secara langsung, karena pelanggan akan merasakan puas setelah menggunakan produk/layanannya.

Berdasarkan uraian di atas, menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Layanan, Risiko Persepsian, dan Harapan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen yang Dimediasi oleh Nilai Persepsian (Studi pada Asri Medical Center Yogyakarta)”.

B. Batasan Masalah Penelitian

Tujuan pembatasan masalah ini adalah agar ruang lingkup peneliti tidak luas dan lebih fokus untuk menghindari kesalahan sehingga tidak menyimpang dari pokok permasalahan serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan uraian diatas, Penelitian ini dibatasi pada tingkat kualitas layanan, risiko persepsian, harapan konsumen terhadap kepuasan konsumen yang di mediasi oleh nilai persepsian pada Asri Medical Center Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah Penelitian

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

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif pada nilai persepsian?
2. Apakah risiko persepsian berpengaruh negatif pada nilai persepsian?
3. Apakah harapan konsumen berpengaruh positif pada nilai persepsian?
4. Apakah nilai persepsian berpengaruh positif pada kepuasan konsumen?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap nilai persepsian.
2. Untuk menganalisis pengaruh risiko persepsian terhadap nilai persepsian.
3. Untuk menganalisis pengaruh harapan konsumen terhadap nilai persepsian.
4. Untuk menganalisis pengaruh nilai persepsian terhadap kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi jasa kesehatan dan para pengambil keputusan.

Hasil dari kajian yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukkan kepada manajemen Asri Medical Center Yogyakarta dalam menciptakan nilai yang baik bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan pasiennya.

Bagi manajer sendiri diharapkan dapat membantu dalam mengembangkan kerangka kerja manajerial berdasarkan kepuasan konsumen dari Asri Medical Center Yogyakarta

2. Bagi para peneliti dan akademisi.

Sebagai bahan kajian dan pertimbangan penelitian kualitas layanan, risiko persepsian, harapan konsumen, nilai persepsian, kepuasan konsumen Asri Medical Center dengan mengembangkan konstruk penelitian tersebut sebagai masukan baik kepada peneliti dan pengamat dalam menjawab setiap persoalan kepuasan konsumen. Menambah wacana bagi pengamat dan peneliti tentang model kualitas layanan, risiko persepsian, harapan konsumen jasa kesehatan yang dimediasi oleh nilai persepsian.