

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penyedia layanan kesehatan swasta saat ini dihadapkan dengan kondisi persaingan yang sangat ketat. Persaingan bisnis di bidang usaha kesehatan menuntut untuk memperbaiki semua faktor – faktor yang menunjang kesehatan yang menjadi pertimbangan oleh pengguna jasa layanan kesehatan. Hal ini menuntut pelaku usaha layanan kesehatan swasta untuk menerapkan strategi memuaskan pelanggan yang baik guna menjaga pelanggan untuk tetap menggunakan jasanya.

Klinik adalah Fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan yang menyediakan pelayanan medis dasar dan/ atau spesialisik, diselenggarakan oleh lebih dari satu jenis tenaga kesehatan dan dipimpin oleh seorang tenaga medis (Permenkes, 2011). Sebuah klinik harus menentukan pelayanan yang akan disediakan, karena bisa terbatas pada pelayanan medis dasar, atau pelayanan spesialisik, atau keduanya. Keputusan ini akan mempengaruhi strata sebuah klinik yang diselenggarakan (Kumara, dkk, 2014 : 315).

Sumber daya manusia Klinik kesehatan terdiri atas petugas medis dan nonmedis. Tenaga medis secara khusus telah diposisikan sesuai tugas dan fungsi dengan mempertimbangkan disiplin ilmu atau latar belakang pendidikan mereka. SDM Klinik kesehatan pada dasarnya telah terspesialisasi secara jelas, karena semua tenaga medis seperti perawat, bidan, dokter, farmasi dan lain lain

secara khusus telah mempunyai latar belakang pendidikan sesuai dengan bidang tugas yang mereka kerjakan.

Sebagai unsur dalam manajemen, sumber daya manusia kesehatan yang dimiliki oleh Klinik kesehatan akan mempengaruhi diferensiasi dan kualitas pelayanan kesehatan. Keterbatasan keanekaragaman jenis tenaga kesehatan akan menghasilkan kinerja Klinik kesehatan dalam pencapaian indikator mutu pelayanan Klinik kesehatan. Kekhususan ini sangat tidak mungkin diberikan penerapan manajemen secara umum, karena SDM kesehatan adalah SDM fungsional dengan fungsi profesi berdasarkan latar belakang pendidikan kesehatannya. Semua instrumen tersebut dipersiapkan dalam rangka pemberian layanan jasa kesehatan.

Secara garis besar, konsep jasa atau pelayanan (service) mengacu pada tiga lingkup definisi utama, yaitu industri, output atau penawaran, dan proses. Dalam konteks industri, istilah jasa digunakan untuk menggambarkan berbagai subsector dalam kategorisasi aktivitas ekonomi, seperti transportasi, finansial, perdagangan ritel, personal service, kesehatan, pendidikan, dan layanan publik. Dalam lingkup penawaran, jasa dipandang sebagai produk intangible yang outputnya lebih berupa aktivitas ketimbang obyek fisik. Sebagai proses, jasa mencerminkan penyampaian jasa inti, interaksi personal, kinerja (*performances*) dalam arti luas, serta pengalaman layanan (Tjiptono, 2013:13).

Klinik Rawat Inap "IKFINA" adalah sebuah bentuk usaha Unit Pelayanan Pemeliharaan Kesehatan Masyarakat yang didirikan pada tanggal 9 April 2009. Klinik ikfina beralamatkan di Jalan Raya Pacing No. 27 Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto. Tujuan didirikannya Klinik "IKFINA" adalah membantu program pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama

dalam bidang kesehatan dan membuka lowongan pekerjaan untuk tenaga kerja produktif yang belum bekerja dan dalam bidang-bidang lainnya selama tidak bertentangan dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku. Klinik "IKFINA" terus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan terus mengembangkan diri dalam bidang-bidang lain dan terus menjalin kerja sama dengan pihak-pihak yang mempunyai tujuan yang sama.

Klinik "IKFINA" juga mendukung program social masyarakat seperti mengadakan pengobatan masal gratis, sunatan masal, dan kegiatan sosial lainnya. Seiring berjalannya waktu, Klinik "IKFINA" terus berupaya untuk tetap eksis dengan tujuan awal didirikannya dan akan terus berupaya memberikan yang terbaik untuk masyarakat (Dokumentasi Ikfina, 2019).

Klinik ikfina merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak di bidang layanan kesehatan yang menawarkan jasa perawatan kesehatan. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan manajemen perusahaan itu dalam memanfaatkan peluang yang terdapat dimasyarakat dan mengelola bauran pemasaran yang ada. Dalam perusahaan jasa bauran pemasaran berupa *product, price, place, people, physical evidence*, dan *process*, merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dan mendorong seorang konsumen untuk mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

Klinik Ikfina memiliki ciri khas tersendiri dalam melakukan penawaran jasanya, namun demikian variabel pengaruh pemilihan penyedia layanan kesehatan swasta bagi para pasien, pada dasarnya hampir sama dengan penyedia layanan kesehatan lainnya. Untuk mencapai hasil yang maksimal diperlukan manajemen pemasaran agar menarik pasien untuk melakukan pembelian jasa. Faktor yang dilihat oleh pasien dalam memilih penyedia layanan

kesehatan untuk berobat seperti produk, harga, promosi, lokasi, proses, pelayanan, dan sarana fisik.

Produk menurut Angipora (2012:151) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Pada Klinik Ikfina menawarkan berbagai jasa kesehatan seperti ketersediaan tenaga ahli kesehatan, tersedianya tenaga perawat untuk menunjang layanan kesehatan pasien yang menjalani rawat inap, serta ketersediaan berbagai jenis obat-obatan.

Gitosudarmo (2010:228) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Harga merupakan faktor kendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran untuk memahami inti pokok tentang pengambilan keputusan yang menyangkut penetapan harga. Harga atau tarif tiap masing-masing penyedia layanan kesehatan berbeda-beda, itu tergantung dari fasilitas yang ditawarkan oleh masing-masing layanan kesehatan. Tarif harga layanan kesehatan dengan fasilitas yang lengkap seperti rumah sakit lebih tinggi dari pada penyedia layanan kesehatan masih berstatus klinik.

Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan mafaat jasa kepada pelanggan potensial dan actual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, *direct marketing*, *personal selling*, dan *public relations*. Meskipun secara garis besar bauran promosi untuk barang dan jasa sama, promosi jasa seringkali membutuhkan penekanan tertentu pada upaya meningkatkan kenampakan tangibilitas jasa (Tjiptono, 2014:42). Klinik Ikfina melakukan promosi melalui media sosial seperti facebook dan instagram.

Lokasi yang strategis sangat menentukan kelangsungan dari suatu usaha. Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi (Lupiyoadi, 2011: 61-62). Dengan lokasi yang strategis dan memiliki daya tempu yang dekat membuat konsumen tertarik melakukan keputusan dalam menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa. Berada di Jl. Raya Pacing Kecamatan Bangsal Kabupaten Mojokerto yang merupakan jalan utama Kabupaten Mojokerto, Klinik Ikfina berada di lokasi yang strategis karena dekat dengan jalan utama yang memudahkan akses bagi pasien yang membutuhkan perawatan dan penanganan masalah kesehatan sesegera mungkin.

Lupiyoadi (2013: 98), proses merupakan gabungan semua aktivitas, terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya, di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Segala aktivitas yang dikerjakan merupakan proses produksi dan nantinya disampaikan kepada pasien. Segala proses yang ada dilakukan Klinik Ikfina untuk menangani pasien dilakukan sesegera mungkin dengan tetap berpegangan pada aturan yang berlaku sesuai standar operasional prosedur.

Dalam industri jasa, setiap orang merupakan "*part-time marketer*" yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung pada output yang diterima pelanggan. Oleh sebab itu, setiap organisasi jasa harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan (Tjiptono, 2014: 43). Sikap dan penampilan karyawan klinik baik tenaga kesehatan, tenaga kebersihan, maupun tenaga administrasi dapat menarik minat pasien untuk memilih Klinik Ikfina. Karyawan Klinik Ikfina berpenampilan sangat rapi dengan berjilbab untuk karyawan wanitanya. Sikap tenaga kesehatan yang ramah dalam berkomunikasi dan memberikan pelayanan membuat pasien klinik

merasa nyaman telah dirawat di Klinik Ikfina. Dengan mengutamakan kepuasan pasien, ketika pasien masuk disambut dengan salam dan ramah oleh tenaga kesehatan.

Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu (Lupiyoadi (2013: 120). Sarana fisik merupakan berbagai fasilitas pendukung untuk memberikan nilai lebih pada Klinik Ikfina. Klinik Ikfina yang mencerminkan nilai-nilai kepuasan pasien terlihat dengan menyediakan berbagai fasilitas yang menunjang proses penyembuhan pasien seperti tersedianya Ruang UGD, Ruang Tunggu, Laboratorium, kamar mandi pasien, kamar mandi karyawan, kantin dan Mushollah.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis faktor – faktor yang mempengaruhi pengguna jasa di klinik Ikfina Bangsal Mojokerto.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi pengguna jasa di klinik Ikfina Bangsal Mojokerto?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi pengguna jasa di klinik Ikfina Bangsal Mojokerto

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan bagi pengembangan kajian ilmu ekonomi, terutama tentang analisis faktor – faktor yang mempengaruhi pengguna jasa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Memberi kesempatan untuk menerapkan teori ekonomi yang didapat khususnya tentang pemasaran selama mengikuti perkuliahan dalam kenyataan yang terjadi di dunia ekonomi.

b. Bagi Universitas

Diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian dalam kajian ilmu ekonomi khususnya tentang pemasaran, dan bisa digunakan menambah koleksi pustaka

c. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai salah satu informasi untuk strategi pemasaran yang bisa meningkatkan penggunaan jasa layanan kesehatan di klinik kesehatan.

