

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri layanan kesehatan di Indonesia mengalami perubahan dan tantangan besar karena meningkatnya persaingan diantara penyedia layanan kesehatan. Perbedaan dalam pemberian layanan kesehatan menjadikan keunikan dalam kondisi yang kompetitif (Murhadi & Karsana, 2021; Rajić *et al.*, 2021; Suhail & Srinivasulu, 2021). Indonesia memasuki transisi epidemiologis dari penyakit menular ke penyakit degeneratif tidak menular dan penyakit mental memperparah beban sistem kuratif bagi ekonomi berpenghasilan tinggi dan menengah (Siswati *et al.*, 2022).

Laporan Nasional Sport Development Index (SDI) 2021 oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga menggolongkan tingkat kebugaran masyarakat Indonesia masih sangat rendah (Alfarizi & Zalika, 2023). World Health Organization (WHO) menyebutkan 71% kematian di Indonesia disebabkan karena penyakit yang diderita masyarakat seperti jantung, stroke, diabetes dan ginjal yang mengakibatkan memerlukan perawatan medis dan sosial jangka panjang dan pasien lanjut usia biasanya menderita berbagai morbiditas (Alfarizi & Zalika, 2023).

Kondisi kesehatan yang terjadi akan membentuk kebutuhan untuk mengakomodir kapasitas sistem perawatan kesehatan untuk menyerap dan mengakomodasi tuntutan perawatan kesehatan seperti personil, persediaan, infrastruktur dan sistem. Sistem pelayanan kesehatan terpadu sebagai

pengorganisasian dan pengelolaan pelayanan kesehatan agar orang mendapatkan perawatan yang dibutuhkan, mudah digunakan dan memberikan profit bagi bisnis (Alfarizi & Zalika, 2023).

Persaingan perawatan kesehatan telah mengambil berbagai bentuk dimana pemain yang berbeda seperti rumah sakit, asuransi dan dokter berjuang untuk mencapai posisi ceruk pasar (Madanaguli *et al.*, 2022). Berikut statistik perkembangan rumah sakit saat ini (dataindonesia.id, 2023).



Gambar I.1
Statistik Perkembangan Rumah Sakit di Indonesia

Berdasarkan gambar I.1 dapat dijelaskan bahwa tiap tahunnya rumah sakit di Indonesia semakin bertambah dan hal ini menjelaskan bahwa reformasi berorientasi pasar di sektor kesehatan terus mendominasi agenda kebijakan kesehatan (Alfarizi & Zalika, 2023). Berikut peneliti lampirkan data jumlah Rumah Sakit di Kabupaten Kebumen.

Tabel I.1
Jumlah Rumah Sakit di Kabupaten Kebumen

No.	Nama Rumah Sakit	Type	Alamat
1	RS PKU Muhammadiyah Gombong	B	Jln. Yos Sudarso 461 Gombong Kebumen
2	RSUD Sudirman Kebumen	C	Jln Lingkar Selatan Kota Kebumen
3	RS Permata Medika	C	Jln. Indrakila 17 Kebumen
4	RS Muhammadiyah Sruweng	C	Jln. Raya Sruweng Kebumen
5	RS Palang Biru Gombong	D	Jln. Yos Sudarso Timur Gombong
6	RSUD Prembun	C	Jln. Slamet Riyadi 53 Kebumen
7	RS Purwogondo	D	Jln. Puring Km 8 Kuwarasan Kbn
8	RS Wijaya Kusuma	D	Jln. Gelatik No. 1 Panjer Kebumen.
9	RS PKU Pertanahan	D	Jln Deandels Munggu Pertanahan Kbn
10	RS Muhammadiyah Kutowinangun	D	Jln.Pemuda 12 Kutowinangun Kbn
11	RS Purbowangi	D	Jln Yos Sudarso Barat Kebumen

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gombong merupakan Rumah Sakit tipe B Pendidikan Utama, dan menjadi Rumah Sakit Terbesar di Jawa Tengah sisi selatan dengan 400 TT, sekaligus sebagai Rumah Sakit Rujukan Utama untuk kasus kanker terpadu kardiovaskuler, trauma center, rujukan layanan kritis dan layanan unggulan lainnya. Salah satu rumah sakit yang ikut serta dalam persaingan bisnis adalah Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gombong yang merupakan salah satu rumah sakit swasta di Kota Kebumen yang ikut menyediakan layanan kesehatan. Penyedia layanan kesehatan harus menggabungkan pendekatan medis tradisional yang menekankan efektivitas dan kemandirian hasil layanan

dengan berpusat pada pasien yang menekankan kekhawatiran dan kepentingan pasien untuk menciptakan dan memelihara keunggulan kompetitif dan dapat menjaga hubungan yang langgeng dengan pasien (Cherif *et al.*, 2021; Li *et al.*, 2020). Strategi layanan yang inovatif memungkinkan bisnis memperoleh manfaat kinerja jangka panjang dan kualitas layanan yang tinggi dapat dianggap sebagai salah satu strategi layanan yang unggul untuk keberhasilan bisnis (Suhail & Srinivasulu, 2021).

Penyedia layanan kesehatan mencakup berbagai institusi dan organisasi yang menyediakan layanan kesehatan kepada pasien seperti rumah sakit swasta dan pemerintah. Memahami perilaku pasien menjadi hal yang penting untuk menyesuaikan layanan kesehatan yang ditawarkan dan membangun hubungan yang kuat. Niat berperilaku (*behavioral intention*) merupakan kemungkinan tertentu untuk terlibat dalam suatu perilaku yang mencakup niat untuk menggunakan, yaitu sejauh mana konsumen memiliki keinginan untuk melakukan perilaku tertentu (Albayrak *et al.*, 2016). Niat perilaku pasien mencakup kesediaan untuk mengunjungi kembali rumah sakit untuk mendapatkan perawatan lebih lanjut dan merekomendasikan rumah sakit tersebut kepada orang lain (Rahman *et al.*, 2018).

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa niat berperilaku digunakan sebagai indikator penting dalam keberhasilan perusahaan jasa dalam hal ini adalah pelayanan kesehatan (Rahman *et al.*, 2018; Suhail & Srinivasulu, 2021). Penelitian sebelumnya masih sedikit yang berfokus pada niat berperilaku pasien terhadap rumah sakit pemerintah maupun swasta. Kualitas dan nilai dari

layanan kesehatan merupakan konsep penting untuk menarik pasien dan perilaku (Canaway *et al.*, 2017; Dobbs & Warriner, 2018). Beberapa penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh nilai (Medhekar *et al.*, 2020; Milan *et al.*, 2015; Zainuddin *et al.*, 2011), kepercayaan (Kim *et al.*, 2019; Zheng *et al.*, 2017; Zhou, 2020) kepuasan (Kim *et al.*, 2019; Suhail & Srinivasulu, 2021), dan kualitas layanan (Ali *et al.*, 2017; Suhail & Srinivasulu, 2021; Ulucayli *et al.*, 2023). Penelitian berfokus pada niat berperilaku pasien, kepercayaan, kepuasan konsumen dan kualitas layanan (Ali *et al.*, 2017; Suhail & Srinivasulu, 2021).

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa kualitas, nilai dan perilaku merupakan konteks layanan kesehatan dari perspektif pemasaran (Choi *et al.*, 2004; Suhail & Srinivasulu, 2021). Konsep ini didasarkan pada tiga variabel fokus yaitu kualitas layanan, nilai layanan dan niat berperilaku dan sampai saat ini masih sedikit yang meneliti terkait niat pasien terhadap rumah sakit pemerintah dan swasta. Kualitas layanan mengacu pada persepsi konsumen terhadap keunggulan layanan yang menjadi perhatian khusus bagi institusi layanan kesehatan (Pekkaya *et al.*, 2019). Kualitas layanan dalam penelitian ini didasarkan pada empat dimensi yaitu kenyamanan proses layanan kesehatan, perhatian penyedia layanan kesehatan, perhatian dokter.

Kemajuan teknologi informasi mengubah kenyamanan dari persepektif yang berpusat pada barang menjadi berpusat pada layanan. Perubahan referensi individu dan pertumbuhan teknologi informasi membuat kenyamanan layanan semakin mendapat perhatian dalam hal ini pasien memerlukan lebih banyak

kemudahan dalam pemberian layanan seperti layanan e-health, informasi kesehatan pribadi melalui perangkat khusus dan perhatian penyedia layanan kesehatan, perhatian dokter dan pemberian informasi tentang hal nyata yang dialami pasien merupakan kualitas dari layanan yang diharapkan oleh pasien.

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa kepercayaan dapat memengaruhi niat berperilaku seseorang dengan memberikan kualitas layanan yang lebih bagi pasien akan membangun kepercayaan pasien terhadap sebuah organisasi (Sulphey & Jasimm, 2020). Kepercayaan merupakan faktor penting bagi keberhasilan hubungan jangka panjang antara penyedia layanan dan konsumen (Parasuraman *et al.*, 1985; Suhail & Srinivasulu, 2021). Kepercayaan merupakan atribut primordial (dengan komitmen dan nilai-nilai bersama) yang mencegah oportuniste dalam hubungan dan mendukung loyalitas (Konuk, 2021; Morgan & Hunt, 1994).

Industri layanan kesehatan sangat rentan dengan tindakan penyedia layanan yang menjadikan kepercayaan sebagai penstabil penting dalam hubungan dengan konsumen (Ghali *et al.*, 2023). Konsumen akan mempercayai penyedia layanan kesehatan ketika memiliki perasaan aman, terjamin dan rahasia mengenai transaksi layanan (Rocha *et al.*, 2017). Pada akhirnya konsumen melakukan pengulangan transaksi dari waktu ke waktu dengan kepercayaan yang tinggi dapat memelihara dan memperkuat hubungan dengan penyedia layanan. Hal ini dikarenakan kepercayaan mengurangi ketidakpastian tentang transaksi dimasa depan dan menjamin stabilitas yang lebih baik dalam hubungan antara konsumen dan penyedia layanan.

Kepercayaan yang dihasilkan dapat memicu niat berperilaku konsumen untuk melakukan penggunaan terhadap layanan yang diinginkan dan menciptakan nilai bagi pasien terhadap suatu penyedia layanan kesehatan. Menciptakan nilai bagi pasien merupakan tujuan wajib dari pemberi layanan kesehatan (Ghali *et al.*, 2023). Menciptakan nilai demi mendukung proses pemberian kesehatan daripada hanya berkonsentrasi pada tugas-tugas penyembuhan merupakan hal yang sangat penting. Nilai tersebut harus diciptakan dalam berbagai langkah interaksi dengan penyedia layanan kesehatan dan bagi pasien aksesibilitas layanan dapat menciptakan nilai bagi layanan kesehatan. Semakin pasien merasa puas terhadap layanan melalui berbagai kualitas layanan dan berbagai tahap pembuatannya akan semakin besar pula mereka mempertahankan hubungan dengan penyedia layanan kesehatan. Penelitian ini akan menguji kepercayaan sebagai mediator terhadap kepuasan konsumen dalam bidang jasa yakni pelayanan kesehatan rumah sakit.

Kualitas layanan menjadi salah satu faktor penentu kepuasan konsumen, hal ini menjelaskan bahwa kualitas layanan yang lebih tinggi akan meningkatkan kepuasan konsumen (Uzir *et al.*, 2021). Ali *et al.*, (2017) menemukan adanya pengaruh hubungan yang kuat antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen dalam bidang pemasaran. Suhail & Srinivasulu, (2021); Zainuddin *et al.*, (2011) juga menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam bidang perbankan. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Nguyen *et al.*,

2018; Uzir *et al.*, 2021). Kualitas layanan menjadi variabel pengaruh terhadap kepuasan konsumen dimana kepercayaan menjadi mediator diantara keduanya (Su *et al.*, 2017; Uzir *et al.*, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas layanan terhadap niat berperilaku, kepercayaan dan kepuasan konsumen sebagai mediasi untuk melengkapi penelitian sebelumnya dan sebagai kebaruan dalam penelitian ini (Suhail & Srinivasulu, 2021). Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk mengambil topik penelitian tentang niat perilaku konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian tentang kualitas layanan sudah banyak dilakukan dengan variabel yang berbeda, namun penelitian sebelumnya belum meneliti tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan konsumen dan niat berperilaku sebagai kebaruan dalam penelitian ini. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap niat berperilaku?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap niat berperilaku?
5. Apakah kepercayaan memediasi kualitas layanan dan niat berperilaku?
6. Apakah kepuasan konsumen memediasi kualitas layanan dan niat berperilaku?

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan konsumen dan niat berperilaku pada pasien RS. PKU Muhammadiyah Gombong.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan, kepuasan konsumen dan niat berperilaku.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini adalah untuk:

- a. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan
- b. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen
- c. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap niat berperilaku
- d. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat berperilaku
- e. Menganalisis pengaruh kepercayaan dalam memediasi hubungan kualitas layanan dan niat berperilaku
- f. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen dalam memediasi hubungan kualitas layanan dan niat berperilaku

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan penelitian tersebut, diharapkan manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan implikasi dan bukti empiris yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kualitas layanan terhadap kepercayaan, kepuasan konsumen dan niat berperilaku. Penelitian sebelumnya masih terbatas pada kualitas layanan terhadap niat berperilaku (Suhail & Srinivasulu, 2021). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi peneliti selanjutnya bagi ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas layanan dan niat berperilaku sebagai pengembangan dari penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi beberapa praktisi sebagai referensi yang diterapkan untuk masa yang akan datang. Hal tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi pemasaran untuk meningkatkan pelanggan melalui kualitas layanan yang efektif pada masa sekarang dan yang akan datang.