

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini terjadi wabah penyakit baru yang berasal dari virus yaitu corona virus yang bisa menyebabkan penyakit mulai dari gejala ringan sampai berat. Virus jenis baru ini belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia melainkan virus ini berawal dari penyakit hewan. Indikasi COVID-19 biasanya muncul dalam 2 hari hingga 14 hari setelah paparan. Gejala pernapasan akut seperti demam, batuk dan sesak nafas adalah tanda-tanda dan indikasi umum infeksi corona virus. Gejala terberat pada corona virus ini bisa menyebabkan pneumonia, sindrom pernapasan akut gagal ginjal dan bahkan menuju kepada kematian. Kasus COVID-19 di Indonesia masih memperlihatkan peningkatan dan penurunan jumlah kasus terkonfirmasi (covid19.co.id). Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 1. 1 Daftar Kasus COVID-19 Di Indonesia

Waktu	Jumlah Kasus Terkonfirmasi	Jumlah Kasus Sembuh	Jumlah Kasus Meninggal
15 Juli 2021	56.757	19.049	982
2 November 2021	612	868	34
16 Februari 2022	64.718	25.386	167
13 Maret 2022	11.585	25.854	215

Sumber : covid19.co.id

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah kasus COVID-19 masih mengalami peningkatan dan penurunan yang signifikan. 15 Juli 2021 adalah puncak pertama kasus COVID-19 yang mengalami peningkatan yang signifikan

dan pada 2 November 2021 di tanggal ini menunjukkan bahwa COVID-19 menurun secara signifikan. Kemudian pada tanggal 16 Februari 2022 mengalami peningkatan kembali yang cukup drastis dan pada tanggal 13 Maret 2022 menunjukkan bahwa ada penurunan pada jumlah kasus COVID-19 ini.

Dua tahun sudah pandemi menyebar luas di Indonesia, banyak sektor yang terkena imbas dari pandemi virus ini. Beberapa sektor seperti sektor ekonomi, bisnis, pariwisata, industri dan lain sebagainya terutama dalam bidang kesehatan. Pengaruh pandemi COVID-19 dalam bidang kesehatan yaitu tingkat kesehatan menurun karena banyak yang terpapar COVID-19 dan banyak masyarakat yang stress karena khawatir dan takut tertular virus corona sehingga membuat sistem imun semakin menurun.

Upaya pencegahan untuk mengantisipasi penyebaran COVID-19 yang sudah dilakukan diantaranya karantina wilayah, kebijakan *lockdown*, *social distancing*, mematuhi protokol kesehatan dengan memakai masker, jaga jarak, rajin mencuci tangan, dan lain sebagainya. Bukan hanya pemerintah saja akan tetapi seluruh masyarakat harus ikut berperan dalam upaya pencegahan tersebut agar virus corona bisa segera teratasi dan kita dapat beraktivitas kembali seperti sebelumnya.

Manusia melakukan berbagai aktivitas dalam kehidupan sehari-harinya untuk memenuhi kebutuhan dalam hidup, manusia memerlukan berbagai layanan sebagai penunjang aktivitas yang dilakukan dan sebagai kebutuhan dalam hidup termasuk dalam bidang kesehatan, dalam memenuhi kebutuhan pelayanan di bidang kesehatan, setiap orang memerlukan layanan kesehatan yang baik. Dalam

mengakses layanan kesehatan, di Indonesia terdapat beberapa institusi layanan kesehatan seperti rumah sakit yang menyediakan layanan kesehatan perorangan mulai dari rawat jalan, rawat inap dan instalansi gawat darurat.

Di Indonesia terdapat beberapa institusi layanan kesehatan yang bisa diakses oleh masyarakat seperti rumah sakit yang menyediakan layanan kesehatan perorangan secara paripurna mulai dari rawat jalan, rawat inap, dan instalansi gawat darurat, pusat kesehatan masyarakat (puskesmas) layanan kesehatan dengan fasilitas yang lebih kecil dari rumah sakit, kemudian ada pos layanan terpadu (posyandu) yang dimanfaatkan masyarakat sebagai sumber informasi dan meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai kesehatan.

Masyarakat mengalami kekhawatiran untuk pergi ke rumah sakit ketika pandemi COVID-19 berlangsung. Tidak sedikit pasien berpenyakit kronis selama pandemi yang belum berakhir. Dimasa pandemi seperti ini pemerintah menyarankan untuk melakukan berbagai hal dari rumah seperti bekerja, belajar, beribadah dan sebisa mungkin hanya keluar rumah ketika ada hal yang penting yang harus dilakukan agar penyebaran virus COVID-19 bisa dihentikan dengan cepat, tidak hanya itu pemerintah juga menyarankan untuk tidak membuat kegiatan yang menyebabkan keramaian atau kepadatan yang bisa meningkatkan penyebaran virus corona.

Kendati demikian masyarakat juga tetap membutuhkan layanan kesehatan ketika dibutuhkan, apalagi dimasa pandemi ini banyak masyarakat yang risau terhadap gejala yang diakibatkan ketika terinfeksi virus corona di tambah dengan

rasa khawatir untuk berkunjung kerumah sakit untuk berkonsultasi dengan dokter, masyarakat semakin takut untuk mengunjungi rumah sakit sejak wabah virus corona, sebagai gantinya masyarakat melakukan konsultasi dengan dokter melalui digital karen mudah tanpa harus mengunjungi institusi pelayanan kesehatan, tak hanya itu masyarakat saat ini juga banyak melakukan pembelian obat secara *Online* (daring).

Kebutuhan masyarakat saat ini dapat di penuhi dengan adanya layanan digital di berbagai bidang seperti makanan, transportasi, *fashion* dan berbagai layanan digital lainnya adir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menunjang aktivitas sehari-hari, tak terkecuali di bidang layanan kesehatan yang bisa menunjang kesehatan masyarakat, salah satunya aplikasi Halodoc hadir sebagai media komunikasi kesehatan *online* berbasis aplikasi yang bisa di unduh melalui *google play*.

Aplikasi Halodoc berfungsi sebagai aplikasi kesehatan yang didalamnya terdapat banyak fitur dan kegunaannya, diantaranya adalah berkomunikasi bersama dokter yang terpercaya disini pengguna dari aplikasi Halodoc bisa *chatting* atau berkomunikasi bersama dokter spesialis yang sudah berpengalaman sesuai dengan bidangnya masing-masing. Tak hanya berkomunikasi langsung dengan dokter ada beberapa fitur Halodoc lainnya seperti beli obat, pemeriksaan laboratorium, perlindungan kesehatan dan visit rumah sakit.

Aplikasi Halodoc sebagai salah satu media komunikasi di bidang kesehatan yang menghubungkan dokter dengan pasien kapan saja dan dimana saja yang

terhubung melalui internet yang bisa menjangkau seluruh Indonesia bahkan lintas negara selama memiliki jaringan internet untuk mengakses aplikasi tersebut.

Penggunaan Halodoc mencapai 46,5% pada maret tahun 2022 dan menempati posisi tertinggi dari aplikasi kesehatan yang ada di Indonesia. Selengkapnya dapat dilihat dari table dibawah ini:

Tabel 1. 2 Daftar Aplikasi Layanan Kesehatan Digital Maret 2022

Nama Aplikasi	Jumlah Pengguna
Halodoc	46,5%
Alodokter	35,7%
KlikDokter	15,5%
GoodDoctor	5,4%

Sumber: Katadata Insight Center (KIC), Maret 2022

DSResearch milik *Daily Social* baru saja melakukan riset pada Oktober 2019 terkait kesehatan (*wellness*) kaum *urban*. Bekerja sama dengan FITCO milik FIT Company, *DSResearch* melakukan riset di Jakarta sebagai kota *urban* Indonesia untuk menelisik tentang kesehatan penghuninya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh *DSResearch* menunjukkan bahwa aplikasi Halodoc berada di urutan pertama sebagai aplikasi yang paling di ingat oleh masyarakat Jakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dan Pradekso (2020) menunjukkan bahwa ada hubungan antara iklan aplikasi Halodoc dan persuasi *Reference Group* terhadap minat untuk menggunakan aplikasi Halodoc sebagai sarana konsultasi dokter. Semakin tinggi iklan aplikasi Halodoc dan persuasi *Reference Group* maka akan semakin tinggi minat konsumen menggunakan aplikasi Halodoc.

Ada banyak faktor yang mampu mendorong seseorang untuk menggunakan aplikasi yang berhubungan dengan kesehatan karena fungsi dasar dari aplikasi kesehatan adalah untuk membantu seseorang untuk mengelola kesehatannya (Chen & Linan, 2017) seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust in application* dan *satisfaction*.

Minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati seseorang yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan, secara lebih lanjut, supaya bahasa minat lebih jelas, akan dipaparkan pengertian minat menurut beberapa ahli. Sedangkan, menurut Sadirman A.M. (Agrosamdhya, 2020) minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan dengan kebutuhannya sendiri.

Kualitas Pelayanan juga merupakan peran penting bagi masyarakat dalam memilih aplikasi yang digunakan untuk memperoleh layanan kesehatan yang masyarakat butuhkan. Menurut Kotler (Pertiwi, 2021) Kualitas Pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut dapat berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapa pun.

Berbagai upaya dilakukan perusahaan dalam mempertahankan citra merek yang dimiliki di antaranya inovasi keunggulan teknologi yang dimiliki aplikasi tersebut. Semakin baik citra merek yang diketahui oleh masyarakat akan berdampak pada minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi layanan

kesehatan unggulan. Peter dan Olson dalam (Kurnaisih.D, 2021) mengatakan *Brand Image* adalah persepsi konsumen dan preferensi terhadap merek sebagaimana yang direfleksikan oleh berbagai macam asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. Pendapat lain dikemukakan oleh Tjiptono menurutnya Citra Merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.

Peran *Brand Awareness* dalam membantu suatu merek dapat dipahami bagaimana *Brand Awareness* tersebut menciptakan suatu nilai. Menurut Aaker (Priansa, 2017) menyatakan kesadaran merek atau *Brand Awareness* berkaitan dengan kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Sedangkan menurut Kotler & Keller bahwa kesadaran merek adalah kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi merek dalam kondisi berbeda, misalnya tercermin oleh pengenalan merek mereka atau prestasi pengingatan.

Dalam memasarkan sebuah produk & jasa pada perspektif Islam juga harus mengutamakan sifat kejujuran & amanah, di dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 105 yang berbunyi:

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَاذِبُ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ

Artinya: “Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah dan mereka itu lah orang-orang pendusta”.(Q.S. An-Nahl:105)

Dari ayat tersebut dapat dijelaskan bahwa orang Islam harus menjunjung tinggi nilai kejujuran dan keamanahannya dalam memasarkan sebuah produk atau jasa, sehingga mencapai tujuannya dengan cara yang baik. Dengan demikian setiap perilaku ekonomi maupun bisnis tidak dapat dipisahkan dari norma-norma keagamaan khususnya Islam.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas masalah penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel Intervening Serta Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam Di Kota Bekasi”**.

1.2. Rumusan Masalah

Minat menggunakan jasa aplikasi Halodoc dipengaruhi oleh berbagai faktor yang sangat kompleks. Karena keterbatasan data penelitian data penelitian ini hanya akan membahas berbagai faktor yang dimungkinkan mempengaruhi masyarakat terhadap minat menggunakan aplikasi Halodoc. Oleh karena itu rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung terhadap Minat Penggunaan aplikasi Halodoc pada masyarakat Kota Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh parsial, variabel Citra Merek berpengaruh langsung terhadap Minat Penggunaan aplikasi Halodoc pada masyarakat Kota Bekasi?

3. Bagaimana pengaruh parsial, variabel *Brand Awareness* berpengaruh langsung terhadap Minat Penggunaan aplikasi Halodok pada masyarakat Kota Bekasi?
4. Bagaimana Kualitas Pelayanan dan *Brand Awareness* berpengaruh tidak langsung terhadap Minat Penggunaan aplikasi Halodoc pada masyarakat Kota Bekasi?
5. Bagaimana Citra Merek dan *Brand Awareness* berpengaruh tidak langsung terhadap Minat Menggunakan aplikasi Halodoc pada masyarakat Kota Bekasi?
6. Bagaimana sudut pandang Islam tentang Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Minat penggunaan dan *Brand Awareness*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat disusun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Menguji dan Mengetahui pengaruh langsung Kualitas Layanan terhadap Minat Penggunaan.
2. Menguji dan Mengetahui pengaruh langsung Citra Merek terhadap Minat Penggunaan.
3. Menguji dan Mengetahui pengaruh langsung *Brand Awareness* terhadap Minat Penggunaan.
4. Menguji dan Mengetahui pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan dan *Brand Awareness* terhadap Minat Penggunaan.

5. Menguji dan Mengetahui pengaruh tidak langsung Citra Merek dan *Brand Awareness* terhadap Minat Penggunaan.
6. Mengetahui sudut pandang Islam tentang Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Minat Penggunaan dan *Brand Awareness*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang di peroleh dari penelitian ini adalah

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan pengetahuan dalam bidang penelitian, khususnya yang berkait dengan Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Minat Penggunaan dan *Brand Awareness*.

- b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran dan bisa menjadi referensi untuk penelitian terkait tentang Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Minat Penggunaan dan *Brand Awareness*.

2. Manfaat Praktis

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan produsen dalam mengevaluasi penggunaan aplikasi Halodoc melalui *Brand Awareness*, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek.