

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini masyarakat mulai memasukkan kebutuhan-kebutuhan baru sebagai kebutuhan dasar mereka. Salah satu kebutuhan tersebut diantaranya adalah kebutuhan akan pelayanan kesehatan, karena kesehatan merupakan salah satu kebutuhan hidup yang sangat penting dalam menunjang aktifitas sehari-hari. Jika seseorang sedang tidak sehat maka aktifitas sehari-hari mereka akan terganggu sehingga tidak dapat berjalan dengan baik.

Dalam islam telah menyandingkan kesehatan dengan keimanan, sebagaimana sabda Rasulullah SAW “Mintalah oleh kalian kepada Allah ampunan dan kesehatan. Sesungguhnya setelah nikmat keimanan, tak ada nikmat yang lebih baik yang diberikan kepada seseorang selain nikmat sehat.” (HR Hakim)

Bisnis layanan kesehatan, saat ini menjadi sebuah usaha yang menjamur dan menjanjikan keuntungan yang besar. Selain itu jenisnya pun beragam serta peluangnya masih terbuka lebar. Potensi pengguna layanan kesehatan bisa dikatakan semua kelompok usia dan juga sosial. Dengan menasar kelompok usia tertentu, maka bentuk layanan juga bisa disesuaikan sehingga membuat usaha tersebut unik. Seperti usaha layanan kesehatan yang menjamur saat ini adalah Laboratorium Klinik.

Laboratorium Klinik adalah suatu lembaga yang bergerak di bidang jasa/pelayanan kesehatan. Sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik

Indonesia Nomor 411/MENKES/PER/III/2010 tentang Laboratorium Klinik. Di dalam laboratorium terdapat berbagai jenis pemeriksaan, untuk memudahkan dokter mendiagnosa penyakit dimana berbagai macam tes dilakukan pada spesimen biologis untuk mendapatkan informasi tentang kesehatan pasien.

Berawal dari sebuah niat yang kuat untuk menghadirkan sebuah layanan Laboratorium Klinik yang lengkap, simpel, cepat dengan mutu hasil yang baik dan harga terjangkau, maka dibukalah Laboratorium Klinik Pramita di Surabaya pada bulan Oktober 1987.

Sambutan baik oleh masyarakat Surabaya dan sekitarnya khususnya para klinisi atas kehadiran Laboratorium Klinik Pramita semakin menambah rasa percaya diri dan optimisme para perintis untuk bekerja lebih keras lagi untuk memberikan yang terbaik bagi para pelanggan. Terobosan luar biasa yang dilakukan Pramita yang saat itu belum pernah ada adalah layanan non stop mulai pukul 6 pagi hingga pukul 21 malam, layanan *rontgen*, *Elektrokardigram*, kemudian disusul dengan pemeriksaan penunjang lainnya, merupakan wujud nyata komitmen Pramita untuk menjadi laboratorium klinik terlengkap.

Tabel 1.1

Data Jumlah Konsumen Bulan Maret 2015-Februari 2016

| Bulan | Jumlah Konsumen | Rata-rata Per Hari |
|--------------|------------------------|---------------------------|
| Maret | 382 | 12 |
| April | 400 | 13 |
| Mei | 427 | 14 |
| Juni | 421 | 14 |

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen Bulan Maret 2015-Februari 2016
(Lanjutan)

| | | |
|-----------|-------|----|
| Juli | 459 | 15 |
| Agustus | 496 | 16 |
| September | 511 | 17 |
| Oktober | 517 | 17 |
| November | 532 | 18 |
| Desember | 570 | 19 |
| Januari | 582 | 19 |
| Februari | 594 | 20 |
| Jumlah | 4.988 | |

Sumber: Laboratorium Klinik Pramita (2016)

Dalam suatu perusahaan kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam merangkul konsumen untuk melakukan pembelian. Perusahaan harus memahami bahwa konsumen membutuhkan pelayanan yang baik dan hal ini menjadi satu faktor yang membuat konsumen mau melakukan pemeriksaan dan puas terhadap pelayanan dari perusahaan, terlebih lagi layanan pada sebuah Laboratorium klinik bukan suatu relasi yang singkat, tetapi ada hubungan yang terus menerus antara konsumen dengan perusahaan berkaitan dengan layanan konsultasi apabila konsumen ingin mendapatkan penjelasan umum oleh dokter mengenai hasil pemeriksaan dan membantu konsumen mengetahui langkah yang harus diambil setelah pemeriksaan. Dengan pelayanan yang baik seperti

memberikan informasi yang tepat dan jelas dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen (Kotler,2000).

Berkaitan dengan pelayanan, hubungan kerja atau bisnis, Islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun organisasi wajib memberikan pelayanan yang berkualitas. Seseorang mengetahui bahwasannya kepuasan konsumen berkaitan sekali dengan ekspektasi yang dimiliki pelanggan. Pelanggan merasa puas jika ekspektasi konsumen sama dengan kualitas pelayanan yang diterima atau lebih. Untuk bidang bisnis, dampaknya akan sangat terasa dan tidak mungkin untuk diabaikan. Kepercayaan atas produk dan reliabilitas pada para pedagangnya memainkan peranan kunci dalam usaha mengokohkan dan mengembangkan sebuah bisnis. Al-Quran juga mengutuk cara-cara mencampur adukkan antara yang hak dan yang batil dan menyembunyikan yang hak (Qardhawi, 2000).

Menurut Parasuraman (2005) kualitas pelayanan ditentukan oleh lima dimensi yaitu bukti langsung (*tangibles*) yang mana meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Keandalan (*reliability*) yaitu mengenai kemampuan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan ,tanggap serta memuaskan pasien yang mana mencerminkan kredibilitas dari perusahaan dan konsistensi perusahaan tersebut. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para konsumen atau pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Jaminan (*assurance*) mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para petugas atau staf, bebas dari bahaya atau resiko. Empati (*empaty*) meliputi kemudahan dalam

melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan konsumen (Lupiyoadi, 2001).

Oleh sebab itu dalam rangka meningkatkan kepuasan pasien ke Laboratorium klinik maka Laboratorium Klinik harus mampu menampilkan dan memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan bermutu. Dengan pengalaman yang di terima pasien akan kualitas pelayanan yang prima maka akan berdampak terhadap kepuasan pasien ke rumah sakit tersebut.

Namun tidak hanya itu, dalam mendapatkan kepuasan konsumen perusahaan juga dituntut berperilaku jujur dan terpercaya. Pada suatu hari, saat Nabi Muhammad SAW ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik, beliau menjawab, “seorang bekerja dengan tangannya dan semua jual beli yang mabrur.” (HR Ahmad, 4) Jual beli mabrur maksudnya adalah jual beli yang mengandung dua unsur yaitu jujur dan menjelaskan. Jujur terkait keunggulan produk dan menjelaskan terkait kekurangan produk sehingga terbebas dari penipuan dan kecurangan.

Atas dasar latar belakang diatas, maka judul yang dipilih ialah **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LABORATORIUM KLINIK PRAMITA (Studi Pada Konsumen Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman Jakarta Pusat)”**.

1.2. Perumusan Masalah

Fenomena persaingan dalam pemberian jasa di Laboratorium Klinik beberapa tahun terakhir sangat ketat, dengan semakin tingginya persaingan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan mendorong perusahaan yang bergerak di industri jasa pelayanan kesehatan untuk memberikan yang terbaik guna mendapatkan hati masyarakat dan kepuasan mereka.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dibuat suatu rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman?
2. Bagaimana pengaruh keandalan terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman?
3. Bagaimana pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman?
4. Bagaimana pengaruh jaminan kepastian terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman?
5. Bagaimana pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman?
6. Bagaimana pengaruh secara simultan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman?

7. Bagaimana pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman menurut tinjauan islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita. sehingga sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan. Dapat dijabarkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman.
2. Untuk mengetahui pengaruh keandalan terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman.
4. Untuk mengetahui pengaruh jaminan kepastian terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman.
5. Untuk mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman.
6. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman.

7. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen di Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman menurut tinjauan islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Laboratorium Klinik Pramita, Dapat memberikan gambaran dan informasi yang bermanfaat bagi Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman dalam mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan pasien dalam pemenuhan kebutuhan kesehatan mereka. Serta, dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerja maupun pelayanan yang diberikan Laboratorium Klinik Pramita Cabang Matraman.
2. Bagi penulis, Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik untuk mengetahui penerapan-penerapan teori yang penulis peroleh selama kuliah kedalam praktek yang terjadi sesungguhnya. Penelitian ini juga input bagi pengetahuan praktis dalam bidang pemasaran dan juga untuk menambah wawasan dalam menganalisis suatu masalah sehingga dapat membandingkan ilmu yang diperoleh dengan keadaan dimasyarakat.
3. Bagi pembaca, Hasil penelitian ini dapat menambah informasi bagi pihak yang memerlukan sebagai tambahan pengetahuan. Dapat juga sebagai acuan bagi peneliti, khususnya yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.