

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini kita berada di era global yang begitu ketat dalam pembangunan maupun persaingan yang ada di sekitar kita. Tidak hanya terjadi dalam dunia bisnis, melainkan persaingan seperti ini juga terjadi pada setiap instansi, dimana mereka berlomba untuk memberikan yang terbaik bagi instansi maupun masyarakat yang memakai jasa atau pelayanan (Mongkaren, 2013). Persaingan tidak bakal terlepas dari pemasaran yang terdapat di dalam dunia bisnis. Persaingan yaitu usaha- usaha dari 2 pihak maupun lebih industri yang masing-masing bergiat “ mendapatkan pesanan” dengan menawarkan harga maupun ketentuan yang sangat menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga iklan atau promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar. Hal ini menyebabkan persaingan antara pelayanan praktek gigi di Jakarta semakin meningkat, salah satu cara yang bisa dilakukan dokter praktek gigi swasta untuk menarik minat konsumen terhadap produknya adalah dengan melakukan kegiatan promosi, menurut (Kotler & Keller 2016) *marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others*. Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Semakin tingginya tingkat pendidikan masyarakat menyebabkan masyarakat semakin sadar akan pentingnya kualitas. Masyarakat cenderung menuntut pelayanan kesehatan yang lebih baik dan cepat. Hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Klinik-klinik kesehatan di kota-kota maupun di daerah semakin banyak jumlahnya. Banyak penyedia jasa kesehatan yang menyadari hal tersebut, sehingga mau tidak mau mereka harus mewujudkan kepuasan pelanggan dengan berbagai strategi agar dapat mempertahankan pelanggan.

Masyarakat sekarang sudah mulai menyadari betapa berharganya kesehatan bagi hidup mereka karena mengetahui mahalnya harga perawatan kesehatan yang seringkali sulit dijangkau. Apalagi sekarang banyak bermunculan jenis penyakit baru yang mengancam kesehatan masyarakat. Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya arti kesehatan maka jasa pelayanan kesehatan menjadisangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan kesehatannya. Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pentingnya kesehatan merupakan salah satu alasan bahwa kebutuhan akan prasarana kesehatan juga semakin meningkat, selain itu masyarakat juga akan semakin pandai dalam memilih jasa penyedia layanan kesehatan yang terbaik dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan.

Klinik Gigi Dentsmile merupakan salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan yang berada di daerah Jakarta khususnya di kelapa gading. Klinik Gigi Dentsmile membuka layanan kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan

kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas.

Tingkat pemanfaatan pelayanan kesehatan di Klinik oleh pasien menunjukkan seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas pelayanan kesehatan sekaligus menunjukkan tingkat kepercayaan pasien terhadap pelayanan yang diberikan. Secara umum, pengukuran tingkat pemanfaatan pelayanan kesehatan ditunjukkan dengan jumlah kunjungan seseorang terhadap pelayanan jasa kesehatan tersebut.

Tabel 1. 1 Data Pendapatan Pada Klinik Dentsmile Cabang Kelapa Gading Bulan Januari – Desember Tahun 2020 & 2021

No.	Bulan	Tahun 2019	Tahun 2022
1	Januari	Rp 193,893,500	Rp 64,026,050
2	Febuari	Rp 188,195,000	Rp 100,740,000
3	Maret	Rp 190,500,000	Rp 134,268,500
4	April	Rp 185,155,500	Rp 78,000,000
5	Mei	Rp 203,340,000	Rp 130,795,000
6	Juni	Rp 196,263,000	Rp 148,544,750
7	Juli	Rp 263,302,500	Rp 155,456,000
8	Agustus	Rp 220,787,500	Rp 150,677,500
9	September	Rp 187,307,500	Rp 95,000,160
10	Oktober	Rp 215,552,500	Rp 200,504,000

11	November	Rp	253,487,500	Rp	186,750,000
12	Desember	Rp	195,118,500	Rp	100,230,550
	Total	Rp	2,492,903,000	Rp	1,544,992,510

Sumber: Klinik Gigi Dentsmile Kelapa Gading

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa jumlah pendapatan pada klinik Gigi Dentsmile Cabang Kelapa Gading pada bulan Januari s/d Desember 2020 mengalami penurunan, dikarenakan pada tahun 2020 diindonesia terdapat adanya virus covid-19 yang mengakibatkan Indonesia harus *lockdown* untuk beberapa bulan kedepan dan membuat pelayanan kesehatan harus dibatasi jumlah kunjungannya. Klinik hanya boleh menerima atau melakukan tindakan pada pasien-pasien yang darurat saja, Fenomena ini perlu ditinjau oleh pelayanan kesehatan karena dengan adanya covid-19 ini jumlah pendapatan klinik mengalami penurunan drastis serta memberikan pengaruh yang kurang maksimal bagi klinik. Oleh karena itu untuk mengatasi fenomena tersebut maka pihak pelayanan kesehatan memperhatikan kinerja, keistimewaan tambahan dan lainnya yang dipersepsikan antara lain dengan memberikan pelayanan yang optimal, agar pasien akan menikmati pelayanan jasa dan akan kembali melakukan atau memakai kembali jasa yang telah diberikan dikemudian hari.

Kotler (1995) mengatakan bahwa ada banyak faktor yang dipertimbangkan untuk memilih, akan tetapi salah satu cara untuk menarik pelanggan dan memenangkan persaingan adalah dengan cara memberikan jasa pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan yang dapat memberikan kepuasan. Organisasi yang tidak berkualitas dalam memberikan pelayanan akan

ketinggalan dan terlindas dalam persaingan bisnis. Maka dari itu, klinik Gigi Dentsmile harus selalu berusaha meningkatkan mutu pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan agar dapat bersaing secara sehat dengan klinik kesehatan gigi yang lainnya dengan cara selalu berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik dari pada pesaingnya. Pelayanan dengan kualitas yang buruk, harga yang mahal, penyerahan produk jasa yang lambat dan cara pemberian pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan rasa tidak puas kepada pelanggannya yang pada akhirnya tidak akan menggunakan produk tersebut di kemudian hari (Martianawati, 2009). Hal tersebut bisa menunjukkan bahwa pelayanan dan fasilitas merupakan salah satu penyebab ketidakpuasan para pelanggan. Adanya pelayanan yang berkualitas dan fasilitas yang memadai dapat membuat kepuasan bagi pelanggan. Jika pelanggan tidak puas, maka akan meninggalkan perusahaan yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan cerminan kualitas pelayanan kesehatan yang mereka terima. Kualitas pelayanan kesehatan merujuk pada tingkatan kesempurnaan pelayanan kesehatan dalam memunculkan rasa puas pada diri tiap pasien. Makin sempurna kepuasan tersebut, makin baik pula kualitas pelayanan kesehatan. Tetapi demikian, mutu pelayanan yang relatif baik belum pasti dapat memuaskan pasien. pada biasanya pasien tidak bisa memperhitungkan kompetensi teknis, sehingga mereka memperkirakan kualitas layanan dari ciri nonteknis ataupun ikatan interpersonal serta kenyamanan pelayanan.

Kepuasan merupakan ungkapan dari perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari perbandingan hasil kinerja suatu produk dengan harapan yang diyakini tersebut (Kotler dan Keller, 2009). Sedangkan menurut (Lovelock dan Wright, 2007) mendefinisikan bahwa kepuasan adalah respon seorang pasca pembelian suatu produk ataupun keadaan emosional yang ditunjukkan berbentuk kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan serta kesenangan. Sehingga bisa disimpulkan jika kepuasan pelanggan ialah suasana kognitif pembeli yang berhubungan dengan kesepadanan(kesesuaian/ kesenangan) ataupun ketidaksepadanan(tidak bahagia) dari hasil yang diperoleh dengan dibanding pengorbanan yang sudah dicoba (Tjiptono, 2014) dalam (Ibrahim, M., & Thawil, 2018).

Promosi sangat bermanfaat untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang keunggulan jasa yang ditawarkan suatu pelayanan jasa kesehatan, dengan harapan menjadi preferensi masyarakat untuk melakukan pengobatan dan perawatan kesehatan. Upaya untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dan meningkatkan pemanfaatan jasa layanan, setiap praktek kesehatan dituntut untuk mempunyai usaha meningkatkan kualitas produk pelayanan kesehatan yang dimilikinya dan rencana strategi promosi yang tepat, seiring dengan perkembangan dunia kesehatan yang berdampak terhadap jasa layanan rumah sakit, dimana setiap rumah sakit berlombalomba untuk menawarkan jasa yang terbaik bagi calon pasien (Mongkaren, 2013). Sedangkan menurut (Lupiyoadi, 2014) mendefinisikan pengertian promosi yaitu “Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk

dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan”.

Selain meningkatkan promosi kepada pasien. Klinik perlu memikirkan tentang harga. Harga yang ditetapkan haruslah tepat atau sesuai di mata pasien, karena harga yang tidak sesuai atau terlalu mahal justru membuat pasien pindah ke pelayanan kesehatan gigi lainnya. Apabila harga terlalu mahal maka banyak pasien yang mengeluh. Harga yang mahal juga akan membuat pasien meningkatkan harapan terhadap kualitas pelayanan yang akan mereka terima semakin baik. Jika harapan tersebut tidak dapat dipenuhi oleh Klinik Gigi maka pasien akan kecewa lalu menimbulkan keluhan. Dari informasi beberapa info dari pasien yang survei akan harga di sekitar lokasi terdapat keluhan-keluhan dari beberapa pasien yang mengatakan bahwa harga pada Klinik Gigi Dentsmile Kelapa Gading terlalu mahal daripada Klinik lainnya seperti pembersihan flak gigi (scalling), cabut gigi, pemasangan behel, pencabutan gigibungsu, perawatan saluran akar dan pemasangan diamond (aksesoris gigi).

Harga yang ditetapkan Klinik apabila menangani masalah-masalah gigi pasien baik dokter gigi umum ataupun dokter gigi spesialis yaitu dengan harga yang sama, keahlian dokter gigi umum dengan dokter gigi spesialis jelas berbeda. Hal ini sangat bertolak belakang dalam ajaran Islam karena akan mendzalimi pasien, sesuai dengan Hadist Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ اللَّهَ مَوَّاسِعِرُ الْقَابِضِ الْبَاسِطِ الرَّزَاقِ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنَّ أَلْتَقِيَ اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ

يَطْلُبُنِي يَمْظِلِمَةً فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

“Sesungguhnya Allahlah zat yang menetapkan harga, yang menahan, yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).

Hadist tersebut menunjukkan bahwa haram bagi penguasa untuk menentukan harga barang-barang karna hal itu adalah sumber kedzaliman. Seharusnya Klinik menetapkan harga sesuai dengan keahlian yang diberikan, tidak menyamaratakan harga.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk mengajukan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KLINIK GIGI DENTSMILE CABANG KELAPA GADING SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading?

2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan klinik gigidentsmile kelapa gading?
5. Bagaimana pengaruh simultan kualitas pelayanan, harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading?
6. Bagaimana dalam persfektif islam kualitas pelayanan, harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading.
3. Untuk pengaruh pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile

kelapa gading.

6. Untuk mengetahui pengaruh dalam perspektif islam terhadap kualitas pelayanan, harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan serta wawasan yang lebih dalam lagi mengenai pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan, harga, promosi, kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perusahaan khususnya Klinik Gigi Dentsmile sebagai dasar Kepuasan pelanggan Sebagai masukan oleh perusahaan yang mungkin berguna untuk memecahkan masalah yang dihadapi terutama dalam mengantisipasi pengaruh Kualitas pelayanan, Harga, Promosi, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan klinik gigi dentsmile kelapa gading.

3. Bagi Akademis

Dapat menambah wawasan serta referensi yang berhubungan dengan isu-isu pemasaran, baik bagi kalangan umum maupun kalangan akademis. Khususnya akademis Universitas Yarsi.