

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesehatan yang baik secara personal merupakan bagian integral dari kesehatan masyarakat secara umum. Derajat kesehatan masyarakat ditentukan oleh berbagai faktor seperti penduduk, lingkungan, perilaku masyarakat, dan penyedia layanan kesehatan. Kesehatan gigi dan mulut merupakan bagian integral dari kesehatan secara keseluruhan dan bagian dari program pelayanan yang penting untuk diperhatikan (Nurhidayat *et al.*, 2012). Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan gigi meningkatkan kebutuhan terhadap penyedia jasa layanan kesehatan.

Perusahaan penyedia jasa layanan kesehatan saling berkompetisi seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa pelayanan kesehatan gigi. Klinik gigi menjawab kebutuhan tersebut dengan menyediakan layanan kesehatan maupun estetik bagi pelanggan yang ingin memperbaiki penampilannya. Banyaknya permintaan pelanggan terhadap jasa layanan gigi menstimulasi pengusaha untuk membangun bisnis klinik gigi yang semakin menjamur di masyarakat.

Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan klinik gigi berpengaruh besar dalam pemilihan klinik gigi yang terdapat di daerah tersebut. Hubungan yang baik dengan pelanggan harus terus-menerus dipelihara agar kepuasan pelanggan dapat tercapai. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat berpengaruh

terhadap loyalitas pelanggan dalam sektor usaha jasa (Ruyter dan Bloemer, 1999:322). Oleh karena itu, penyedia jasa layanan kesehatan yakni klinik gigi harus memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Keuntungan yang diperoleh pihak penyedia layanan kesehatan jika menjaga hubungan baik dengan pasiennya yaitu berkurangnya biaya pemasaran serta meningkatnya profitabilitas. Pelanggan yang puas dan berkomitmen cenderung tidak sensitif terhadap harga dan rela untuk mengeluarkan biaya yang lebih mahal sekalipun. Pelanggan tersebut juga mengalami penurunan keinginan untuk berpindah pada perusahaan kompetitor lainnya.

Kepuasan pelanggan terhadap jasa layanan bukan merupakan satu-satunya faktor yang membuat pelanggan tetap loyal terhadap suatu perusahaan. Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu waktu. Keterlambatan waktu, menurut Bielen dan Demoulin (2007:174) merupakan salah satu hal penting dalam sektor usaha jasa. Banyak perusahaan penyedia layanan jasa yang khawatir akan panjangnya antrian pelanggan mereka. Hal ini dikarenakan waktu tunggu konsumen dianggap memberi pengaruh negatif pada persepsi pelanggan terhadap layanan jasa. Perusahaan jasa dapat kehilangan transaksinya bila waktu tunggu pelanggan terlalu lama.

Waktu tunggu yang lama merupakan salah satu penyebab ketidakpuasan pelanggan di banyak industri layanan jasa. Evaluasi pelanggan terhadap kualitas layanan ditentukan oleh seberapa lama mereka menunggu untuk memperoleh layanan. Klinik gigi merupakan suatu usaha jasa yang mengharuskan pasiennya

menunggu untuk memperoleh layanan. Oleh karena itu waktu tunggu pasien dalam klinik gigi menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan.

Waktu tunggu yang dipersingkat, serta penjadwalan waktu periksa yang dapat dilakukan melalui telepon merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien terhadap layanan klinik gigi (Leiba *et al.*, 2002:842). Waktu tunggu yang dirasakan pasien dapat diatasi dengan cara mengubah lingkungan tunggu menjadi lebih nyaman, baik suasana maupun dekorasi di klinik gigi.

Pruyn dan Smidts (1998) serta Hui dan Tse (1996) dalam Bielen dan Demoulin (2007) mengembangkan penelitian tentang hubungan antara waktu tunggu dan kepuasan pelanggan. Pengukuran lamanya waktu tunggu pasien, baik sebelum maupun setelah tindakan dapat berguna sebagai salah satu indikator kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya oleh Anderson (1994), Fornell *et al.* (1996), Mittal dan Kamakura (2001), dan Olsen (2002) mengaitkan hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas (Bielen dan Demoulin, 2007:174).

Antonides *et al.*, (2002) secara khusus meneliti tentang persepsi konsumen dan evaluasi waktu tunggu. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan telekomunikasi komersil yang banyak digunakan di Amerika Serikat dan Eropa. Mereka mengadakan dua kali percobaan, yang pertama yaitu menguji relasi psikofisik antara *objective* dan *perceived time*, serta dampak biaya yang dikeluarkan pelanggan pada evaluasi waktu tunggu. Percobaan kedua dilakukan dengan menguji efek musik, informasi waktu tunggu, dan banyaknya antrian pada variabel *perceived waiting time* dan evaluasi waktu tunggu. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa informasi waktu tunggu yang diberikan oleh penyedia layanan berpengaruh positif pada evaluasi waktu tunggu oleh pelanggan.

Bielen dan Demoulin (2007:177) menyatakan bahwa terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan waktu tunggu pelanggan. Tiga faktor tersebut adalah *perceived waiting time*, *satisfaction with information provided in case of delay*, dan *satisfaction with waiting environment*. *Perceived waiting time* berhubungan dengan waktu tunggu yang dirasakan pelanggan dalam memperoleh suatu layanan. *Satisfaction with information provided in case of delay* berhubungan dengan kepuasan pelanggan ketika diberikan informasi jika terdapat keterlambatan suatu layanan. *Satisfaction with waiting environment* berkaitan dengan kepuasan pelanggan pada suasana saat menunggu jasa layanan yang akan diberikan. Kepuasan waktu tunggu akan berpengaruh terhadap kepuasan terhadap layanan, dimana akhirnya akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pelanggan atau pasien yang berkunjung pada penyedia jasa layanan kesehatan berharap mendapatkan kualitas terbaik dari setiap layanannya. Pihak penyedia jasa layanan kesehatan harus terus mengerti akan kebutuhan, harapan, maupun persepsi pasien terhadap layanan yang mereka berikan. Hal tersebut dilakukan demi tercapainya loyalitas pasien terhadap penyedia jasa layanan kesehatan tersebut. Loyalitas pelanggan pada penyedia jasa layanan kesehatan dinyatakan dalam dua bentuk menurut Chen *et al.*, (2008:13), yaitu *word of mouth* serta *re-patronage*. *Word of mouth* berkaitan dengan kesediaan pasien secara sukarela untuk memberikan rekomendasi agar menggunakan jasa layanan suatu

perusahaan kepada orang lain. *Re-patronage* berkaitan dengan kesediaan pasien menggunakan jasa layanan kesehatan dari perusahaan yang sama secara berulang.

Bisnis perusahaan penyedia layanan kesehatan, khususnya layanan kesehatan gigi terus meningkat pertumbuhannya di kota Yogyakarta. Hal ini terlihat dalam penambahan jumlah klinik gigi yang makin banyak di hampir tiap area kota Yogyakarta. Jenis-jenis perawatan yang dibutuhkan pasien di klinik gigi adalah restorasi gigi berlubang, pengobatan sakit gigi, pencabutan gigi, merapikan gigi, serta memperbaiki struktur gigi yang dirasa kurang estetik.

Beberapa klinik gigi yang telah memiliki beberapa cabang di Yogyakarta antara lain: Family Dental Care, Fresh Dental, Peri Gigi, Klinik Gigi Dentes, Joy Dental, serta masih banyak klinik gigi mandiri lainnya. Banyaknya klinik gigi tersebut membuat pasien memiliki alternatif untuk berkunjung ke klinik gigi yang sesuai dengan keinginan masing-masing. Asghar *et al.*, (2013) menilai bahwa kepuasan pasien yang berkunjung ke klinik gigi bergantung pada faktor-faktor seperti: keberhasilan perawatan yang diinginkan, besar atau tidaknya rasa sakit saat perawatan, komunikasi antara dokter gigi dan pasien, serta waktu tunggu untuk memperoleh layanan.

Penelitian ini mencoba untuk mereplikasi penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bielen dan Demoulin (2007), dimana pada penelitian ini ingin dikaji lebih lanjut tentang pengaruh waktu tunggu pada kepuasan dan loyalitas konsumen pada industri kesehatan khususnya jasa layanan kesehatan klinik gigi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi waktu tunggu (*perceived waiting time*), kepuasan terhadap informasi yang diberikan saat terjadi keterlambatan (*satisfaction with information provided in case of delay*), dan kepuasan terhadap lingkungan tunggu (*satisfaction with waiting environment*) terhadap kepuasan waktu tunggu (*waiting time satisfaction*)?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan waktu tunggu terhadap kepuasan pasien pada layanan jasa yang diberikan?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan waktu tunggu pasien terhadap loyalitas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi waktu tunggu, kepuasan terhadap informasi yang diberikan saat terjadi keterlambatan, dan kepuasan terhadap lingkungan tunggu terhadap kepuasan waktu tunggu.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan waktu tunggu terhadap kepuasan pasien pada layanan jasa yang diberikan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan waktu tunggu pasien terhadap loyalitas.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

Bagi manajerial klinik gigi di Daerah Istimewa Yogyakarta, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi pada penyedia jasa klinik gigi mengenai kepuasan waktu tunggu pasien yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Informasi yang diberikan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi klinik gigi sebagai dasar penentuan strategi bisnis yang tepat bagi perusahaan dalam kaitannya dengan peningkatan loyalitas pasien.

Bagi akademik, penelitian ini memberikan kontribusi pada bidang manajemen servis khususnya dalam kepuasan dan loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai pengembangan teori-teori yang ada pada praktek nyata bahwa waktu tunggu mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen dalam sektor usaha jasa.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan

Bab I menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan susunan penelitian.

BAB II :Tinjauan Konseptual dan Pengembangan Hipotesis

Bab II berisi tentang teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan, yaitu teori mengenai waktu tunggu, kepuasan konsumen, dan loyalitas. Bab ini juga menjelaskan mengenai pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Bab III berisi metode yang digunakan dalam penelitian ini, yang terdiri dari: lingkup penelitian, metode *sampling* dan teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, pengujian instrumen penelitian, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab IV membahas mengenai analisis data berdasarkan data yang telah dikumpulkan menggunakan kuesioner.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Bab V meliputi kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian untuk kepentingan penelitian dan non-penelitian di masa yang akan datang.