

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi perkembangan perekonomian semakin maju dan perkembangan secara pesat, searah dengan kemajuan ilmu pengetahuan bersamaan dengan permintaan sumber daya manusia yang semakin tinggi, dimana sistem yang berkembang pesat tersebut adalah sistem pendidikan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia ini untuk mencetak generasi muda bangsa Indonesia yang mampu menjaga kelanjutan pembangunan nasional di segala bidang menuju tercapainya masyarakat yang sejahtera di masa mendatang untuk mewujudkan. Indonesia harus mengembangkan peningkatan pendidikan sebagai langkah untuk menciptakan pelayanan pendidikan yang unggul. Semakin globalisasi yang terus berjalan dengan cepat diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas serta didukung fisik dan mental yang sehat, sehingga mampu berkompetisi secara optimal. Dan apabila sumber daya manusia dengan kesehatan fisik dan mental yang tidak sehat, maka sumber daya manusia tidak akan mampu berkompetisi secara optimal. Oleh karena itu, pola hidup yang sehat dan sejahtera telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat yang terdiri dari individu, golongan dan organisasi. Sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, serta meningkatkan pola tuntutan masyarakat akan kualitas kesehatan. Kualitas kesehatan merupakan tingkat baik dan buruknya keadaan dari badan maupun jiwa.

Sehat menurut "*World Health Organization*" (WHO) merumuskan dalam cakupan yang sangat luas, yaitu "keadaan yang sempurna baik fisik, mental maupun sosial, tidak hanya terbebas dari penyakit atau kelemahan/cacat". Menurut (Robert.H.Brook, 2017) kesehatan adalah sebuah sumber daya yang dimiliki semua manusia dan bukan merupakan suatu tujuan hidup yang perlu dicapai. Kesehatan yang berkualitas mampu meningkatkan produktivitas, meningkatkan usia harapan hidup, serta menurunkan angka kematian. Hal ini menuntut penyedia jasa layanan kesehatan agar dapat meningkatkan kualitas

layanan yang lebih baik, tidak hanya pelayanan yang bersifat penyembuhan penyakit tetapi juga mencakup pelayanan yang bersifat pencegahan (*preventif*). Salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan adalah dengan menciptakan kepuasan pada pasiennya karena kepuasan merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha. Dengan memberikan kepuasan pada pasien, maka akan membuat pasien beranggapan jasa pelayanan kesehatan yang dipilih telah profesional dengan memberikan pelayanannya. Dengan demikian, dapat meningkatkan keuntungan dan mendapatkan pasang pasar yang lebih luas. Ketika pasien atau konsumen merasa puas akan pelayanan yang didapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan menggunakan jasa dari pelayanan kesehatan tersebut serta akan merekomendasikan pada teman dan keluarganya. Tetapi apabila terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen buruk, maka konsumen beranggapan perusahaan kurang profesional dalam memberikan pelayanan dan juga akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta nilai perusahaan di masyarakat.

Masyarakat telah menganggap bahwa klinik adalah sarana kesehatan yang mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat baik dilihat dari segi pelayanan, biaya, maupun letak geografis. Klinik adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan yang menyediakan pelayanan medis dasar dan spesialisik, diselenggarakan oleh lebih dari satu jenis tenaga kesehatan dan dipimpin oleh seorang tenaga medis klinik dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan selalu meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pasien atau konsumen meningkat, Permenkes (2014). Pihak klinik perlu secara cermat menentukan kebutuhan pasien atau konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Pentingnya peningkatan kualitas pelayanan agar dapat membangun persahabatan yang mendorong hubungan pasien atau konsumen sehingga klinik tidak ditinggalkan oleh pasien atau konsumennya.

“Salah satu ukuran keberhasilan suatu usaha adalah bagaimana persepsi konsumen dapat meningkatkan kepercayaannya kepada perusahaan, sehingga mereka mempunyai keinginan untuk pembelian terhadap produk atau jasa perusahaan tersebut” Agustian, (2013:270). Konsumen yang memiliki kepercayaan kepada perusahaan atau klinik akan kualitas suatu jasa yang diberikan cenderung akan melakukan pembelian ulang ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Klinik atau perusahaan dapat mengetahui baik buruknya. Kualitas dari pelayanan yang diberikan salah satunya adalah dengan mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap pelayanan jasa tersebut.

Persepsi Konsumen adalah penilaian konsumen terhadap keunggulan keseluruhan suatu produk atau jasa layanan ditinjau dari fungsinya secara relatif dengan produk-produk lain. Persepsi akan berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap apa yang dikehendaki. Salah satu cara untuk mengetahui perilaku konsumen adalah dengan menganalisis persepsi konsumen terhadap pelayanan. Dengan persepsi konsumen kita dapat mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, kesempatan ataupun ancaman bagi pelayanan kita. Persepsi terhadap kualitas keseluruhan dari suatu produk atau jasa dapat menentukan nilai dari produk atau jasa tersebut dan berpengaruh secara langsung kepada keputusan pembelian konsumen dan loyalitas mereka.

Kualitas layanan yang berkualitas mempengaruhi kepuasan konsumen yang dibuktikan lewat perilaku dan sifat dalam memberikan pelayanan serta bentuk kemudahan, kecepatan, ikatan, keahlian serta keramahtamahan. Kualitas pelayanan yang tepat dapat dibuat untuk mengukur beberapa besar aktivitas pelayan yang diterima para konsumen. Menurut (Lupiyoadi, 2016) terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan yang dapat dilihat melalui pendekatan lima dimensi diantaranya yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan atau Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Dan Empati (*Empathy*) Untuk mengetahui dan melakukan pengukuran terhadap tingkat kualitas pelayanan,

maka penulis memilih salah satu jasa layanan kesehatan yaitu NU KIDS THERAPY (Terapi Wicara, Terapi Okupasi dan Sensori Integerasi), yang beralamatkan Lorong Matahari, Suka Maju, kec. Sako, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

Klinik Nu Kids Therapy merupakan suatu tempat kesehatan yang berfokus pada anak yang memiliki gangguan atau masalah kesehatan yang di derita seperti masalah komunikasi atau bicara pada anak, anak-anak yang memiliki keterlambatan perkembangan, masalah keterampilan motorik, gangguan pemrosesan sensori, atau problem koordinasi, dan gangguan sensori integrasi pada anak-anak. Klinik ini awal berdirikan pada tahun 2012 dengan menyewa sebuah rumah di jalan Setunggal Ir. Kenangan, pada saat itu jumlah terapis aktif hanya berjumlah 3 orang (terapis wicara 2 orang dan terapis okupasi 1 orang). Selain itu, pelayanan jasa yang diberikan oleh Klinik Nu Kids Therapy cukup memadai yaitu Pelayanan Terapi Wicara, adalah bentuk pelayanan untuk mengatasi gangguan bahasa, gangguan produksi bicara, literasi, gangguan suara, gangguan resonansi, gangguan kognitif, gangguan irama kelancaran, gangguan makan dan menelan, rehabilitasi auditori, dan komunikasi multimodal. Pelayanan Terapi Okupasi, adalah bentuk pelayanan kesehatan kepada pasien/klien dengan kelainan/kecacatan fisik dan mental yang mempunyai gangguan pada kinerja okupasional, dengan menggunakan aktivitas bermakna (okupasi) untuk mengoptimalkan kemandirian individu pada area aktivitas kehidupan sehari-hari dan Sensori Integerasi adalah proses untuk mengenal, mengubah serta membedakan sensasi dari sistem sensori guna memproduksi respon berupa perilaku yang bertujuan.

Fasilitas adalah segala sesuatu yang merupakan sarana pokok dan penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja yang disediakan oleh pihak perusahaan untuk digunakan, dimanfaatkan ataupun dinikmati oleh konsumen di tempat penjualan jasa. Fasilitas yang ditawarkan mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen yang artinya bahwa fasilitas menjadi salah satu pertimbangan yang digunakan oleh pelanggan.

Pada Klinik Nu Kids Therapy juga dilengkapi beberapa fasilitas ruangan yaitu ruang terapi, ruang tunggu dan tempat sholat. Berdasarkan pelayanan dan fasilitas yang telah disediakan hal tersebut memungkinkan masyarakat atau konsumen ingin berobat di Klinik tersebut. Berikut gambar beberapa fasilitas yang ada di klinik Nu Kids Therapy:



Gambar 1. 1 Ruang Ibadah dan Ruang Terapi



Gambar 1. 2 Ruang Tunggu

Pada tahun 2022 data pasien/konsumen Klinik Nu Kids Therapy di setiap 4 (Empat) bulan sekali. Data tersebut memperlihatkan pada bulan Januari sampai April berjumlah (1189) pasien/konsumen, pada bulan Mei sampai Agustus berjumlah (1241), dan pada bulan September sampai Desember berjumlah (1392). Dengan jumlah terapis 13 orang.

Oleh Karena itu, Laporan Akhir ini berjudul **“Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa (Studi Kasus Nu Kids Therapy)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan di atas, untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan ini, maka rumusan masalah yang ada dalam penelitian tersebut adalah “Bagaimana persepsi Konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa di Nu Kids Therapy?”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, agar dalam pembahasan penulisan Laporan Akhir ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang telah dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan mengenai Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan pada Klinik Nu Kids Therapy, untuk konsumen/ Pasien yang berobat di Nu Kids Therapy.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa di Nu Kids Therapy.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian serta hasil dari penulisan Laporan Akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Penulis
 - a) Dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama di perkuliahan dalam situasidan kondisi yang sebenar- benarnya.

- b) Dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya mengenai teori pemasaran tentang kepuasan pelanggan.
- c) Dapat digunakan sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Tulisan ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dan bahan pertimbangan perusahaan dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen sehingga mampu mendapatkan konsumen yang puas terhadap kualitas pelayanan yang ada dan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah yaitu pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018;13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data kuantitatif adalah jenis penelitian yang bisa diukur atau dihitung secara langsung sebagai angka.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Yusi dan Idris, (2016:109), "Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya". Data primer dalam penelitian ini adalah membagikan kuesioner, melakukan observasi

dan wawancara dengan bertanya secara langsung atau tatap muka dengan narasumber yang berada di *Nu Kids Therapy*.

2. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Idris, (2016:109)"Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi". Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari *Nu Kids Therapy Palembang* berupa data pemeliharaan kantor, sejarah perusahaan, visi misi, struktur organisasi.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

a. Riset Lapangan

Riset yang penulis lakukan yaitu dengan cara melakukan penelitian langsung dan pendekatan pada objek yang akan diteliti dan penulis menggunakan metode yaitu:

1. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono dalam Anggy Giri Prawiyogi dkk, (2021) "Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab". Dalam penelitian ini penulis membagikan kuesioner berupa pernyataan atau pertanyaan untuk diisi para peserta yang berada di *Nu Kids Therapy Palembang* untuk mengetahui lebih detail atas hasil yang ingin dicapai.

2. Observasi (Pengamatan)

Menurut Yusi dan Idris (2016: 112) "Observasi (pengamatan) adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data (informasi) yang merupakan tingkah laku non verbal dan responden, dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan atau menjawab permasalahan peneliti". Adapun pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu

dengan cara mengamati, menyaksikan, dan memperhatikan secara langsung kegiatan di Nu Kids Therapy.

3. Wawancara (interview)

Menurut Sugiyono dalam Sugiyono dalam Anggy Giri Prawiyogi, (2021), "Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data yang berupa pertemuan dua orang atau lebih secara langsung untuk bertukar informasi dan ide dengan tanya jawab secara lisan sehingga dapat dibangun makna dalam suatu topik tertentu". Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara, dimana penulis mengajukan beberapa pertanyaan secara mendalam yang berhubungan dengan fokus permasalahan. Wawancara dilaksanakan penulis untuk mendapatkan informasi secara akurat, jujur, koprehensif, dan mendalam tentang informasi yang dibutuhkan untuk menghindari kesalahan informasi yang didapat. Sumber data pada wawancara ini adalah Konsumen Nu Kids Therapy.

b. Studi Kepustakaan

Penulis juga mengumpulkan data dengan cara mempelajari data atau informasi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, ensiklopedia, internet dan hasil dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pembahasan.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono dalam Jijah Hilyatul Ajijah, (2021) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berobat di Nu Kids Therapy Palembang.

2. Sampel

Agar tidak mempersulit peneliti dalam mengumpulkan data, maka peneliti menggunakan sampel agar dapat mempermudah dalam membagikan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Menurut Sugiyono dalam Jijah Hilyatul Ajjah(2021) Sampel adalah bagian populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu.

Peneliti menggunakan rumus Slovin, untuk menghitung sampel yang akan diteliti, adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi (Pelanggan Tetap)

E = Saraf Kesalahan (error)

Berdasarkan rumus slovin, maka jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{153}{1 + 153(0,1)^2}$$

$$n = \frac{153}{1 + 1,53}$$

$$n = 60,47 \text{ (60 Responden)}$$

1.5.5 Analisi Data

Dalam penelitian laporan akhir ini, penulis menggunakan metode analisis data kuantitatif. Menurut sugiyono (2016: 28),” data kuantitatif adalah penelitian yang dapat dihitung/diukur diklasifikasikan pada bentuk angka. Data didapat melalui perhitungan dari jawaban responden dalam kuisisioner berdasarkan pada Skala Likert.

Tabel 1. 1

Pengukuran dengan menggunakan skala likert

No	Respon	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Yusi (2016: 83)

Skala Linkert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban ini akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada. Metode analisis ini yang digunakan adalah persentase karena metode ini dapat digunakan untuk menghitung jawaban atas kuesioner dari responden dengan menggunakan rumus tubalis. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase ialah sebagai berikut:

$$IS = \frac{\sum Skor Penilaian}{\sum Skor Ideal} \times 100\%$$

Keterangan :

IS : Interpretasi Skor

$\sum Skor Penilaian$: Jawaban Responden x Jumlah Bobot Nilai (1-5)

$\sum Skor Ideal$: Skala Tertinggi x Jumlah Responden

Hasil perhitungan persentase jawaban responden tersebut kemudian jawaban di interpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor angka yang telah ditentukan seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. 2
Kriteria Interpretasi Skor

Skor/Angka	Interpretasi
0% - 20%	Sangat Lemah
21% - 40%	Lemah
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Tinggi
81% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Yusi (2016: 83)

Tabel Interpretasi skor di atas akan menunjukkan posisi dari persentase yang dapat mengenai perhitungan persentase jawaban setiap dimensi yang diteliti.

1.5.6 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan dari variabel-variabel yang sudah diidentifikasi, maka diperlukan definisi operasional dari masing-masing variabel tersebut:

Tabel 1. 3
Definisi Operasional Variabel Persepsi

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator
Persepsi	Persepsi adalah proses memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi mengenai suatu produk jasa yang dilakukan oleh konsumen. Persepsi terjadi pada bentuk rangsangan fisik dan kondisi pemasaran. Persepsi Konsumen adalah penilaian konsumen terhadap keunggulan keseluruhan suatu produk atau jasa. Persepsi akan berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap apa yang dikehendaki.	Kinerja	1. Kehadiran. 2. Kualitas bekerja. 3. Bertanggung jawab.
		Pelayanan	1. Daya tanggap. 2. Penampilan. 3. Empati .
		Ketahanan	1. Keyakinan terhadap kualitas. 2. Konsisten. 3. Integritas jasa.
		Keandalan	1. Adanya <i>feedback</i> . 2. Sikap simpatik.
		Karakteristik Jasa	1. Sikap menarik 2. Kemampuan melayani 3. Wujud nyata

		Kesesuaian dengan spesifikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memenuhi kriteria 2. Kemampuan dasar 3. Kelayakan
		Hasil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan berusaha 2. Sikap optimis 3. Proses meraih

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Tabel 1. 4

Definisi Operasional Variabel Pelayanan Jasa

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator
Pelayanan jasa	Pelayanan jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan yang berkualitas mempengaruhi kepuasan konsumen yang dibuktikan lewat perilaku dan sifat dalam memberikan	Berwujud (<i>Tangible</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas fisik. 2. Perlengkapan. 3. Daya tanggap.
		Keandalan (<i>Reliability</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian jasa. 2. Standarisasi . 3. Kejujuran.
		Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketepatan waktu pelayanan. 2. <i>Recalling</i> jasa. 3. <i>Responsif</i>.
		Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan. 2. Bersikap sopan. 3. Bebas dari bahaya

	<p>elayanan serta bentuk kemudahan, kecepatan, ikatan, keahlian serta keramahtamahan. Kualitas pelayanan yang tepat dapat dibuat untuk mengukur beberapa besar aktivitas pelayan yang diterima para konsumen.</p>	<p>Empati (empathy)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efektivitas waktu. 2. Komunikasi yang baik. 3. Memahami kebutuhan jasa.
--	---	-------------------------	--

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023