

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, hal ini dapat dilihat dari maraknya usaha yang bergerak di bidang pelayanan dan jasa, bersamaan dengan pertumbuhan perusahaan jasa yang terus bermunculan salah satunya di Kota Palembang yang membuat persaingan antar perusahaan jasa tidak dapat untuk dihindari. Terkadang banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa tersebut kurang memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan perusahaan tersebut yang telah menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan harus mengutamakan kepuasan dari pelanggan terhadap pelayanan yang telah dilaksanakan pada perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan (Windasuri dan Susanti, 2017:64).

Pelayanan merupakan salah satu upaya perusahaan untuk meraih keuntungan. Pelayanan bertujuan berupa memaksimalkan laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan atau organisasi. Pelayanan yang baik dan berkualitas memberikan suatu kepuasan kepada masyarakat, karena masyarakat secara langsung menilai terhadap kinerja pelayanan yang diberikan, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dalam Pasal 1 Ayat (1) dinyatakan bahwa Pelayanan Publik adalah kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, dan pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Sebuah instansi yang bergerak dalam bidang pelayanan harus mengutamakan kepuasan dari pelanggan terhadap pelayanan yang telah dilaksanakan pada perusahaan tersebut.

Kepuasan pelayanan yang baik tentunya akan memberikan dampak yang baik bagi setiap perusahaan. Kualitas pelayanan dan produk, kepuasan konsumen dan keuntungan perusahaan saling berhubungan atau mempengaruhi satu sama lain, kualitas yang bagus akan menghasilkan kepuasan dari konsumen yang bagus atau tinggi yang mana akan mendukung harga yang tinggi dan menekan biaya yang rendah.

Klinik Zhafir merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang jasa medis yang melayani kepentingan masyarakat umum seperti pengobatan umum, perawatan luka, kehamilan dan jasa lainnya. Klinik Zhafir berdiri tahun 2017 yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Klinik Zhafir terus memberikan pelayanan jasa yang terbaik kepada masyarakat agar terjalin hubungan yang baik dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Pelayanan yang telah dilaksanakan pada Klinik Zhafir dapat dilihat dari ketanggapan para perawat dan dokter yang ada dalam melayani para pelanggan, melayani setiap keluhan pelanggan serta memberikan kejelasan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, berikut data pelanggan dari Klinik Zhafir pada tahun 2019.

Tabel 1.1

Jumlah Pelanggan Klinik Zhafir Tahun 2019

Bulan	Jumlah Pelanggan
Januari	882 Orang
Februari	1020 Orang
Maret	1063 Orang
April	1182 Orang
Mei	1009 Orang
Juni	982 Orang
Juli	1144 Orang
Agustus	1145 Orang
September	1225 Orang
Oktober	1134 Orang
November	1119 Orang
Desember	1080 Orang
Total	12985 Orang

(Sumber: *Klinik Zhafir*, 2020)

Sebanyak 12985 pasien yang mengunjungi Klinik Zhafir sepanjang tahun 2019, jumlah pelanggan yang datang cukup konsisten meskipun banyak berdiri klinik yang baru. Usaha mempertahankan pelanggan

tersebut dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik seperti dokter dan perawat yang ramah terhadap pelanggan (*reability/keandalan*). Menyediakan tempat yang nyaman, bersih, dan rapi (*tangible/bukti fisik*). Selain itu Klinik Zhafir memberikan pelayanan yang baik dan cepat kepada pelanggan (*responsiveness/daya tanggap*). Seluruh karyawan Klinik Zhafir telah mempunyai kemampuan dan keahlian dibidangnya masing-masing dengan baik (*assurance/jaminan*) dan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan (*emphaty/empati*).

Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Klinik Zhafir kepada pelanggannya. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian tentang **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KLINIK ZHAFIR PALEMBANG”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah tersebut adalah: Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan Klinik Zhafir Palembang?

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis memberi batasan terhadap ruang lingkup pembahasan masalah agar lebih terarah dan tidak menyimpang lebih luas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan dengan meneliti dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan Klinik Zhafir Palembang.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang telah di uraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Klinik Zhafir Palembang

1.4.2. Manfaat Penelitian

Manfaat penulisan laporan akhir ini, yaitu untuk menambah pengetahuan penulis yang dapat diterapkan dimasa yang akan datang dan untuk syarat tugas akhir perkuliahan, Memberi acuan bagi Klinik Zhafir untuk mengembangkan kualitas pelayanan terutama pada variabel yang belum memenuhi harapan pelanggan dan menjaga kualitas aspek yang berpengaruh baik bagi pelanggan.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Klinik Zhafir, Jalan Prajurit Nazaruddin No. 38, Kec. Kalidoni Kel. Kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30163. Objek penelitian yang diteliti ialah para pelanggan yang datang ke Klinik Zhafir.

1.5.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penulisan laporan akhir ini adalah data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Penulis memperoleh data melalui hasil kuisisioner yang dibagikan langsung kepada pelanggan Klinik Zhafir.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Penulis memperoleh data sekunder ini melalui internet, buku, dan juga data yang langsung didapatkan dari Klinik Zhafir berupa data tentang sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan.

1.5.3. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Menurut Yusi dan Idris (2016:108) wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam penelitian ini penulis langsung melakukan wawancara dengan pemilik dan pelanggan Klinik Zhafir.

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2011:216) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam mendapatkan data dan informasi, peneliti membuat dan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Klinik Zhafir secara acak yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan tingkat kepuasan para pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Klinik Zhafir. Sehingga dari hasil kuesioner ini dapat dijadikan sebagai bahan pembahasan penulis.

c. Studi Kepustakaan

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara mencari referensi dan mempelajari dari buku-buku, jurnal ataupun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sebagai referensi untuk mendapatkan keterangan secara tertulis dan bahan masukan penelitian yang tidak terdapat pada objek yang diteliti.

1.5.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:135) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini ialah pengunjung Klinik Zhafir pada tahun 2019 sebanyak 12.985 pengunjung. Data ini didapatkan dari rekapitulasi buku daftar pasien Klinik Zhafir, klinik Zhafir itu sendiri buka setiap hari untuk melakukan pelayanan kecuali hari libur nasional.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:136) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penulis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. maka dalam penulisan laporan ini yang dijadikan sampel adalah sebagian jumlah populasi pengunjung yang menggunakan jasa pengobatan di Klinik Zhafir. Cara penarikan sampel yang digunakan dalam penulisan laporan ini adalah dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidakteelitian karna kesalahan (10%)

$$n = \frac{12985}{1+12985(10\%)^2}$$

$$n = \frac{12985}{1+129.85}$$

n = 99.23 dibulatkan menjadi 99

Jadi, besarnya ukuran sampel yang diperlukan sebanyak 99 pasien Klinik Zhafir.

c. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2016:150).

Peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* yang termasuk dalam kelompok *Nonprobability Sampling*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* dilakukan dengan menentukan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik ini tidak memberikan kesempatan/peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Artinya, sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Klinik Zhafir yang merasakan dan menikmati langsung layanan yang diberikan pihak Klinik Zhafir.

1.5.5. Teknik Analisis Data

Dalam penulisan laporan akhir ini, teknik analisa data yang penulis gunakan adalah deskriptif kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numeric atau angka (Yusi dan Idris, 2016:102)

Data kuantitatif didapat melalui perhitungan jawaban responden dalam kuesioner berdasarkan alternatif jawaban. Selain itu, untuk mengetahui sejauh mana tingkat kinerja pelayanan yang diberikan Klinik Zhafir untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka digunakan urutan pemberian skor menggunakan Skala Likert. Tingkatan Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Skala Likert

No	Skala Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sumber: *Sugiyono, 2019*)

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban ini akan diolah sebagai pembahasan memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.

Metode analisis ini menggunakan persentase. Metode ini digunakan untuk menghitung jawaban atas kuesioner dari responden (pelanggan Klinik Zhafir). Menurut Yusi dan Idris (2009:80), rumus yang digunakan untuk presentasi adalah sebagai berikut:

Rumus untuk pertanyaan per item:

$$\text{Persentase Jawaban} = \frac{\text{Total Skor yang Didapat}}{\text{Skor Ideal (Tertinggi)}} \times 100\%$$

Rumus untuk seluruh pertanyaan:

$$\text{Total Skor} = \text{Skor Tertinggi} \times \sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Sampel}$$

$$\text{Persentase Total Skor} = \frac{\sum \text{Skor Seluruh Pertanyaan}}{\text{Total Skor}} \times 100$$

Setelah menentukan persentase, maka peneliti dapat menggolongkan persentase tersebut ke dalam kriteria interpretasi skor item sebagai berikut:

Tabel 1.3
Kriteria Interpretasi

No	Skor/Angka	Interpretasi
1	0% - 20%	Sangat Tidak Puas
2	21% - 40%	Tidak Puas
3	41% - 60%	Cukup Puas
4	61% - 80%	Puas
5	81% - 100%	Sangat Puas

(Sumber: Riduwan, 2011:18)

1.5.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian

a. Definisi Konsep

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kajian yang menganalisis dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2013:216), dimensi-dimensi tersebut ialah:

1. *Tangible* atau bukti fisik
2. *Reliability* atau kehandalan
3. *Responsiveness* atau ketanggapan
4. *Assurance* atau jaminan
5. *Empathy* atau empati

b. Definisi Operasional

Dalam setiap indikator yang akan diteliti, tentunya memiliki variabel yang menjelaskan secara lebih detail konsep dari setiap indikator yang akan diteliti. Adapun penjelasannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.4.
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator
1.	<i>Tangible</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan sarana dan prasaranan 2. Kelayakan fasilitas toilet 3. Kebersihan dan kenyamanan klinik 4. Kerapian penampilan perawat/dokter 5. Lahan parkir yang tersedia memadai untuk jumlah kendaraan yang datang

Lanjutan Tabel 1.4.

2.	<i>Reliability</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan pasien dilayani 2. Dokter selalu ada ditempat 3. Kesederhanaan prosedur pelayanan sebelum berobat (antrian) 4. Perawat selalu memberikan obat sesuai prosedur pemberian obat
3.	<i>Responsiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejelasan perawat/dokter dalam memberikan informasi tentang obat 2. Ketanggapan perawat/dokter daalm merespon keluhan pasien 3. Permasalahan pasien ditanggapi dengan baik oleh dokter 4. Kecepatan penanganan keluhan
4.	<i>Assurance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan dokter dalam menjelaskan solusi penyakit 2. Keramahan perawat/dokter 3. Keamanan pelayanan seperti suntikan, obat dll 4. Citra baik dari klinik Zhafir di mata pasien
5.	<i>Empathy</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesabaran perawat/dokter dalam melayani 2. Perhatian perawat/dokter dalam melayani 3. Sopan santun perawat/dokter dalam melayani 4. Kemudahan dalam menghubungi klinik
6.	Kepuasan Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa puas atas ketanggapan petugas dalam menangani keluhan pasien 2. Saya merasa puas atas pelayanan petugas pada saat melakukan pendaftaran 3. Saya merasa puas dengan kepedulian petugas akan keinginan pasien 4. Saya merasa puas dengan kenyamanan saat berada diruang tunggu

(Sumber: Data primer diolah, 2020)

Pertanyaan skor untuk item-item pertanyaan terhadap permasalahan yang diteliti digunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2017:165), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek.