

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era pasar global, yang ditandai dengan tingkat persaingan yang sangat ketat, maka dibutuhkan pemimpin yang handal dalam mengatur serta mengelola organisasi. Dengan terorganisirnya suatu organisasi diharapkan kesuksesan tujuan akan dicapai dengan mudah. Pemimpin yang handal adalah seseorang yang memiliki keberanian serta kemampuan dalam menyelesaikan berbagai permasalahan. Upaya-upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan berani menciptakan sebuah produk barang dan jasa baru yang sebelumnya tidak ada atau mengembangkan produk yang sudah ada kemudian diberi variasi-variasi yang berbeda.

Selain itu untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi ketika produk tersebut telah diproduksi kemudian akan dipasarkan, maka dapat dipertimbangkan atribut-atribut pada produk tersebut. Berupa bauran pemasaran dengan mempertimbangkan promosi media massa yang tepat, lokasi usaha dan memperhitungkan jasa yang akan diberikan kepada konsumen secara maksimal oleh produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Beberapa penyelesaian tersebut dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk mencapai kepuasan konsumen.

Hal pertama yang harus dipertimbangkan, Menurut Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2013) keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan

*service quality*. pelayanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan karena berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu usaha untuk mencapai kepuasan. Sedangkan menurut Zeithaml (dalam Adi, 2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Dengan kata lain Parasuraman (1985) yang dikutip Arif (2007:118) mengatakan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa/ pelayanan: *expected service* dan *perceived service* , apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas dipersepsikan ideal.

Selain diterapkannya kualitas pelayanan, hal penting lainnya yaitu bagaimana cara menyampaikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang ingin dipromosikan. Menurut Kotler (2009) periklanan adalah semua bentuk terbayar atas presentasi non pribadi dan promosi ide, barang dan jasa oleh sponsor yang jelas. Sedangkan Kotler dan Keller (2008) menyatakan bahwa iklan adalah bentuk presentasi dan promosi gagasan, barang dan jasa non pribadi yang dibayarkan oleh sponsor tertentu. Adapun salah satu faktor penting dalam pembuatan iklan adalah sebuah pesan yang ingin disampaikan produsen kepada konsumennya. Oleh karena itu, dalam proses pembuatannya perlu perencanaan yang matang agar pesan yang ingin disampaikan melalui iklan mampu membuat konsumen lebih mudah memahami isi dari informasi tersebut atas barang dan jasa yang ditawarkan.

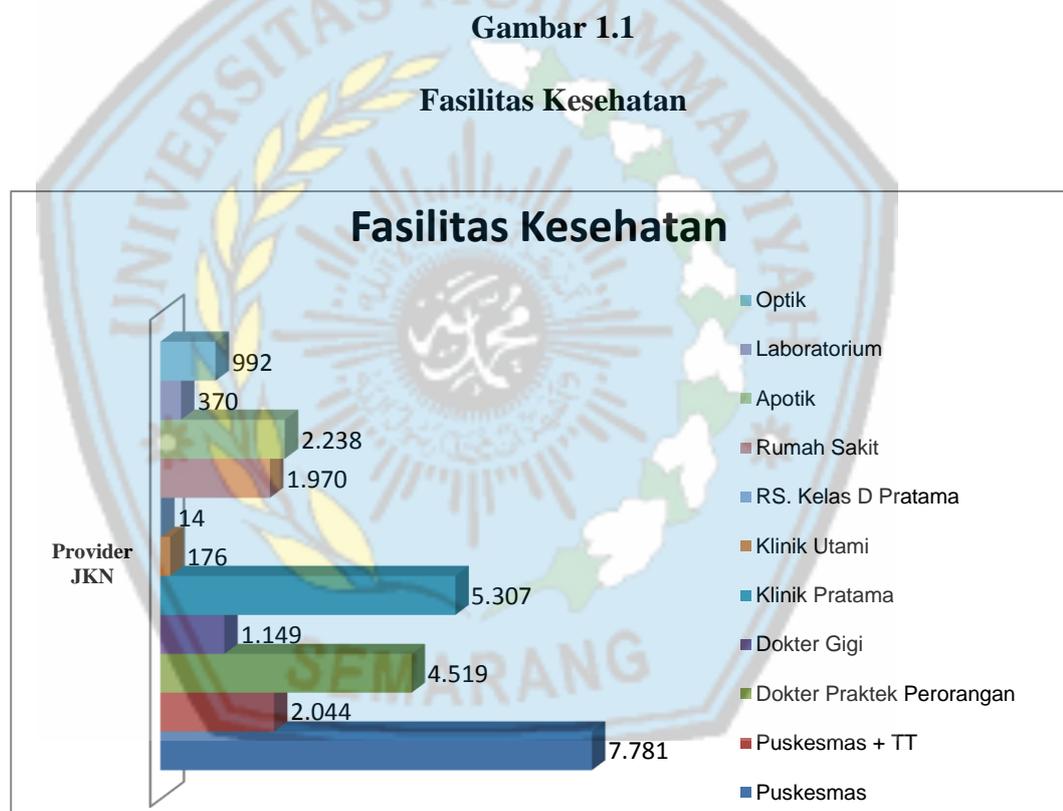
Hal yang berperan penting lainnya, menurut Kotler dan Keller (2009) bahwa lokasi merupakan setiap lapisan perantara pemasarannya akan melaksanakan semacam tugas dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir. Menurut Paul (2000) dalam Nugroho dan Paramitha (2009) berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Sedangkan Ghanimata dan Kamal (2012) mengemukakan pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut di masa yang akan datang. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono dan Chandra dalam Ardana, 2010).

Semakin tinggi tingkat persaingan, maka semakin tinggi pula tingkat kompleksitas yang terjadi pada pasar dan konsumen sasaran. Sehingga dalam dunia bisnis kegiatan pemasaran harus di kelola secara profesional oleh manajer khususnya pada perusahaan di bidang jasa. Karena keberhasilan perusahaan di bidang jasa tergantung pada kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan yang selanjutnya ditujukan untuk memuaskan konsumen.

Perusahaan jasa yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) yang merupakan salah satu program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) oleh pemerintah yang ditetapkan berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 tahun 2011 dan sistemnya yang diatur pada UU Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem

Jaminan Sosial Nasional (UU SJSN) yang berlaku sejak 19 Oktober 2004. Jaminan Kesehatan Nasional adalah salah satu bentuk perlindungan sosial dibidang kesehatan untuk menjamin pemenuhan kebutuhsn dasar kesehatan yang layak melalui penerapan sistem yang terkendali.

Berikut adalah data yang diperoleh dari BPJS Kesehatan mengenai informasi fasilitas kesehatan/ rumah sakit yang dapat digunakan oleh peserta BPJS Kesehatan, sebagai berikut :



Sumber : Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) |05 Juni 2017  
<http://bpjs-kesehatan.go.id> copyright© 2014 by BPJS Kesehatan.

Dari gambar 1.1 diatas menjelaskan bahwa Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) telah bekerja sama dengan rumah sakit yang tesebar di seluruh indonesia untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan pengobatan.

Fasilitas kesehatan tersebut dikategorikan seperti pada gambar, yang dapat dijadikan rujukan oleh masyarakat dengan menggunakan BPJS Kesehatan.

Meskipun Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) sudah melakukan promosi media massa namun kesibukan dari masyarakat yang tidak menentu serta tidak terlalu tertarik dengan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) lebih memilih untuk membayar dari pada harus menggunakan Jaminan Kesehatan. Menjadikan hambatan sekaligus PR bagi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) untuk lebih meningkatkan bauran pemasarannya. Karena masyarakat akan dengan mudah memperoleh informasi yang lebih banyak sehingga dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan yang dimiliki. Berikut jaminan manfaat apa saja yang akan diperoleh peserta dan keluarganya misalkan jaminan kesehatan yang bersifat pelayanan kesehatan perorangan mencakup: pelayanan promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif termasuk pelayanan obat dan bahan medis habis pakai sesuai kebutuhan medis yang diperlukan.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Periklanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Badan Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) di Pemalang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa pada BPJS Kesehatan di Pemalang?

2. Apakah terdapat pengaruh periklanan secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa pada BPJS Kesehatan di Pemalang?
3. Apakah terdapat pengaruh lokasi secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa pada BPJS Kesehatan di Pemalang?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, periklanan dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pengguna jasa pada BPJS di Pemalang ?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dan kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga

Menberikan masukan pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) Di Pemalang, yang dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dan pedoman dalam pengambilan kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Pembaca

Menambah pengetahuan, informasi dan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk melengkapi penelitian-penelitian, mengenai manajemen pemasaran dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran.

3. Bagi Peneliti

Menambah pengalaman dan dijadikan sebagai pembanding antara ilmu yang telah diperoleh pada perkuliahan maupun di dunia kerja, serta digunakan sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana.

#### 1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami uraian yang akan dibahas maka telah disusun konsep sistem yang dibagi menjadi lima bab, adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

- BAB I PENDAHULUAN** : Pada bab ini membahas, mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA** : Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori dasar yang digunakan sebagai landasan atau dasar dari penulisan proposal skripsi.
- BAB III METODE PENELITIAN** : Pada bab ini menjelaskan tentang metode penulisan yang akan digunakan dalam pengumpulan data maupun metode untuk merancang sistem yang dilakukan dalam penelitian ini.
- BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN** : Pada bab ini menjelaskan

tentang hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian atau pembahasan dalam penelitian ini.

## BAB V PENUTUP

: Pada bab ini menguraikan simpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.



