

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Layanan telah menjadi masalah yang sangat penting dalam ekonomi global. Di banyak negara maju, lebih dari 70 persen produk domestik bruto (PDB) bergantung pada jasa (Moritz, 2005). Vargo dan Lusch (2008) menyarankan bahwa logika dominan layanan (SDL) menjadi lebih penting dalam ilmu layanan. Industri kesehatan terkait erat dengan layanan. Secara khusus, industri kesehatan telah menekankan layanan, hubungan, interaksi, perilaku pelanggan, dan nilai bersama dengan pelanggan.

Dari perspektif SDL, pelanggan adalah rekan pencipta nilai yang mengarah ke aplikasi spesifik dan pengembangan kompetensi pelanggan. Kompetensi dan keahlian khusus pelanggan ini kemudian memungkinkan organisasi untuk mengadopsi peran pelanggan dalam penciptaan nilai proses. Potensi perubahan dalam peran pelanggan dapat memengaruhi cara pembelian, penggunaan, dan pembayaran layanan (Michel dkk, 2008).

Industri jasa saat ini memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian suatu negara. Di tengah persaingan global yang semakin tinggi, organisasi yang bergerak di bidang pelayanan/ jasa dituntut untuk mampu meningkatkan *service innovation*. Seiring dengan pesatnya perkembangan pemasaran jasa saat ini, pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting. Berbagai bidang usaha yang bergerak di bidang jasa berusaha untuk selalu meningkatkan kemampuannya

dalam melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini menjadikan pihak perusahaan harus mampu untuk menghasilkan *service innovation*. *Service innovation* dapat menciptakan pembelian berulang, selain itu *service innovation* yang baik mampu meningkatkan *word of mouth* atau pernyataan positif dari pelanggan yang diberikan dan juga mampu meningkatkan profitabilitas (Rangkuti, 2013).

Rumah sakit adalah salah satu organisasi sektor publik yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kesehatan yang mempunyai tugas melaksanakan suatu upaya kesehatan secara berdaya guna dan berhasil guna dengan mengutamakan atau mementingkan upaya penyembuhan dan pemulihan yang telah dilaksanakan secara serasi dan terpadu oleh pihak rumah sakit dalam upaya peningkatan dan pencegahan penyakit serta upaya perbaikan (Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.983/Men.Kes/SK/XI/1992).

Persaingan di bidang pelayanan kesehatan khususnya bidang kedokteran pada era globalisasi dimana pertumbuhan rumah sakit di Indonesia diasumsikan akan semakin ketat antara biaya dan kualitas pelayanan yang diberikan. Perkembangan ekonomi, investasi dan otonomi daerah telah menyebabkan tumbuhnya sejumlah Rumah Sakit swasta maupun pemerintah di Indonesia, namun keluhan-keluhan pasien terhadap sistem pelayanan kesehatan pada sejumlah Rumah Sakit juga tak kunjung menurun setiap tahunnya. Hal ini dibuktikan dengan terus bertambahnya masyarakat Indonesia yang berobat ke luar negeri yang didorong oleh keunggulan teknologi, kemampuan medik dan keramahan pelayanan (Kompas, 7 Maret 2013).

Service innovation dapat diubah melalui teknologi, struktur organisasi, perilaku pasar atau penambahan layanan baru (Gallouj,2002). *Service innovation*

yang ditawarkan oleh pelaku bisnis ini merupakan upaya untuk mengurangi kesenjangan antara kebutuhan dan harapan konsumen. *Service innovation* menggabungkan pengetahuan pelanggan dan staf garis depan dan memiliki dampak yang kuat pada penjualan (Melton dan Hartline, 2010).

Awan dan Zahra (2014) menemukan bahwa inovasi memainkan peran kunci dalam mengubah perilaku konsumen dan pertumbuhan perusahaan inovatif. Mahmoud dkk. (2018) juga menyarankan bahwa konsep atau proses layanan baru memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, dalam jasa keuangan, Nekrep (2013) menunjukkan bahwa perusahaan asuransi telah memulai tiga jenis inovasi utama termasuk inovasi pasar (masuk ke segmen pasar yang baru bagi perusahaan), inovasi produk (layanan asuransi baru dan perkembangannya) dan inovasi proses (peningkatan kemampuan internal).

Melalui studi awal tentang *service innovation* dalam konteks layanan keuangan, Sheng dan Ibrahim (2019) mengungkapkan bahwa *service innovation* memiliki pengaruh langsung terhadap penyampaian layanan dan kepuasan pelanggan. Karena peningkatan inovasi keuangan yang diharapkan di masa depan, memutus jalur pemasaran tradisional dan produk keuangan terkait, serta perubahan perilaku dan tuntutan konsumen, *service innovation* menjadi semakin penting bagi industri asuransi jiwa.

Selain itu, *word-of-mouth (WOM)* dianggap sebagai sumber informasi terpenting dalam keputusan pembelian konsumen (Jalilvand dan Samiei, 2012) dan akan berdampak pada niat perilaku pelanggan. Namun, dalam asuransi jiwa, semakin lama pelanggan bertahan di perusahaan, semakin kecil kemungkinan mereka untuk

mengajukan klaim (Peppers dan Rogers, 2004). Berdasarkan Lombardi (2005), mempertahankan pelanggan sangat penting bagi perusahaan asuransi jiwa karena hubungan jangka panjang dengan pelanggan menghasilkan contoh penjualan silang dan niat rekomendasi positif yang lebih besar. Oleh karena itu, *behavioral intention* nasabah dapat mempengaruhi hasil usaha perusahaan asuransi jiwa. Penanggung menganggap *behavioral intention* pelanggan sebagai penentu terpenting dari pemasaran layanan dan kesuksesan ekonomi.

Penelitian sebelumnya berfokus kepada industry manufaktur (inovasi produk dan proses inovasi). Hanya beberapa teori dan riset yang berhubungan dengan industry pelayanan kesehatan. Riset sebelumnya mengatakan bahwa *service innovation* berdampak pada perilaku konsumen masih sedikit diteliti pada industry pelayanan kesehatan..Studi ini akan mengeksplorasi Theory of Planned Behavior (TPB)” dalam sebuah rangka untuk menentukan dampak *service innovation* terhadap perilaku konsumen. Selanjutnya riset ini mengkonfirmasi *word of mouth* berperan sebagai mediasi pada *service innovation* dan *behavioral intention*.

Menurut Dharmesta (2008), *behavioral intention* merupakan suatu niat perilaku atau sikap dari konsumen yang memiliki keinginan untuk menggunakan jasa atau melakukan pembelian secara berulang dan terus menerus. *Behavioral intention* merupakan suatu kondisi dimana pelanggan memiliki intensi atau sikap yang loyal pada suatu *brand, product* dan *company* sehingga secara suka rela menceritakan keunggulannya kepada pihak lain (Kotler dan Keller, 2011). Menurut Reichheld dalam bukunya yang berjudul *The Loyalty Effect*, menyebutkan bahwa menjaga pelanggan yang loyal sangat penting karena dapat memberikan beberapa keuntungan

jangka panjang bagi perusahaan (Rully, 2006). Perusahaan yang dimaksud dalam hal ini adalah Puskesmas Seberang Padang.

Kota Padang terdiri dari 11 Kecamatan dengan jumlah Puskesmas sebanyak 24 buah yang terdiri dari 6 buah Puskesmas Rawat Jalan dan 18 buah Puskesmas Rawat Inap.. Kecamatan Padang Selatan memiliki 3 Puskesmas yaitu Puskesmas Seberang Padang, Puskesmas Pemancangan, Puskesmas Rawang. Bertepatan dengan hal tersebut selain 2 Puskesmas tadi banyak bermunculan Klinik-klinik swasta, Dokter Praktek Swasta dan Rumah Sakit Swasta yang bekerja sama dengan BPJS Kesehatan sehingga hal tersebut akan menjadikan ajang persaingan bagi Puskesmas dalam mempertahankan pasiennya.

Tabel 1.1 Kunjungan Sakit Puskesmas Seberang Padang

No	Tahun	BPJS	Umum
1	2018	45.699	3.356
2	2019	23.445	6.196
3	2020	14.053	2.583

Dari tabel diatas dapat dilihat terjadi penurunan kunjungan sakit dari tahun ke tahun ke Puskesmas Seberang Padang.

Untuk mengungkapkan fenomena yang terjadi di Puskesmas Seberang Padang, maka dilakukan survey awal mengenai *behavioral intention* pasien, penelitian ini dilakukan kepada 30 orang pasien yang telah mendapat perawatan di Puskesmas Seberang Padang, dimana hasilnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1.2

Hasil *Pra-Survey* Behavioral Intention Pasien di Puskesmas Seberang Padang

No	Aspek	Jumlah Responden	Pernyataan			
			Ya	%	Tidak	%
1	Saya bersedia untuk merekomendasikan Puskesmas Padang ke orang lain yang membutuhkan pendapat saya	30	16	53.3	14	46.7
2	Saya akan mendorong teman-teman dan kerabat saya pergi ke Puskesmas Seberang Padang	30	16	53,3	14	46,7
3	Jika saya memerlukan layanan medis dimasa yang akan datang, saya akan mempertimbangkan Puskesmas Seberang Padang sebagai pilihan utama	30	13	43,3	17	56,7
4	Jika saya memerlukan layanan medis dimasa yang akan datang, saya akan menggunakan Puskesmas Seberang Padang ini lebih sering	30	12	40	18	60
5	Jika saya merasa sakit dalam beberapa tahun kedepan, saya akan pergi ke puskesmas ini lebih jarang	30	18	60	12	40

Rata-rata			49,8		50,2
------------------	--	--	-------------	--	-------------

Sumber : Survey Awal di Puskesmas Seberang Padang (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban responden pada masing- masing item pernyataan *behavioral intention* di Puskemas Seberang Padang berada terdapat pada kategori tidak setuju atau rata-rata jawaban responden dengan kategori adalah sebesar 50,2%. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa masih rendahnya *behavioral intention* (niat berperilaku) pasien di Puskesmas Seberang Padang. Dengan demikian, peneliti tertarik meneliti *behavioral intention* sebagai fokus penelitian dalam penelitian ini.

Tonder (2017) dalam penelitiannya menunjukkan kepuasan pelanggan secara signifikan dan positif mempengaruhi *behavioral intention*. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh tidak langsung positif yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Penelitian Yeol dkk (2019) mengatakan kepuasan memiliki arti penting tidak bisa positif terhadap *behavioral intention*. Sheng dkk (2018) dalam penelitiannya mengatakan bahwa *service innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Penelitian Ali dkk., 2016 ; Cheng dkk., 2016 ; Ahmad dkk., 2017 ; Shahi dan Goswami, 2018) mengatakan kepuasan dan *service inovasion* mempengaruhi *behavioral intention*. Yunitarini (2010) dalam penelitiannya menemukan service quality berpengaruh positif terhadap behavioral intention terhadap pasien di RSUD Kabupaten Pekalongan. Mora dan Basyir (2018) melakukan penelitian di Rumah Sakit Harapan Bunda Banda Aceh dan hasilnya service quality berpengaruh positif terhadap behavioral intention.

Dari penelitian sebelumnya diperoleh gap diantaranya adalah masih sedikitnya penelitian sebelumnya mengkaji *behavioral intention* pada organisasi tidak berorientasi pada laba, seperti organisasi public. Selain itu penelitian sebelumnya menjadi organisasi jasa sebagai objek penelitiannya, namun tidak banyak yang meneliti organisasi jasa seperti rumah sakit dan puskesmas.

Penelitian ini berdasarkan penelitian Chang, dkk (2018) meneliti pengaruh *service innovation* terhadap *behavioral intention* dengan *word of mouth* sebagai variabel mediasi. Juga penelitian Tuyet (2019) meneliti pengaruh *service innovation* terhadap *satisfaction* dan *behavioral intention*.

Dengan demikian, dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian empiris dengan judul “ **Analisa Pengaruh Service Innovation Terhadap Behavioral Intention : Word Of Mouth dan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Puskesmas Seberang Padang Kota Padang)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *service innovation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* di Puskesmas Seberang Padang?
2. Apakah *service innovation* berpengaruh terhadap *word of mouth* di Puskesmas Seberang Padang?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap *behavioral intention* di Puskesmas Seberang Padang?

4. Apakah *service innovation* berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Seberang Padang?
5. Apakah kepuasan pasien berpengaruh terhadap *behavioral intention* di Puskesmas Seberang Padang?
6. Apakah *word of mouth* memediasi hubungan antara *service innovation* terhadap *behavioral intention* di Puskesmas Seberang Padang?
7. Apakah kepuasan pasien memediasi hubungan antara *service innovation* terhadap *behavioral intention* di Puskesmas Seberang Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk menganalisa dan membuktikan :

1. Pengaruh *service innovation* terhadap *behavioral intention* di Puskesmas Seberang Padang.
2. Pengaruh *service innovation* terhadap *word of mouth* di Puskesmas Seberang Padang.
3. Pengaruh *word of mouth* terhadap *behavioral intention* di Puskesmas Seberang Padang.
4. Pengaruh *service innovation* terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Seberang Padang.
5. Pengaruh kepuasan pasien terhadap *behavioral intention* di Puskesmas Seberang Padang.
6. Peran *word of mouth* memediasi hubungan antara *service innovation* dan *behavioral Intention* di Puskesmas Seberang Padang.

7. Peran kepuasan pasien memediasi antara *service innovation* terhadap *behavioral intention* di Puskesmas Seberang Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Riset ini bermanfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Riset ini dapat digunakan sebagai bahan untuk pengembangan teori yang digunakan dalam penelitian ini terutama melihat variabel dependen yang diteliti . Selain itu manfaat teoritis dari riset ini untuk mengkonfirmasi “Theory of Planned Behavior (TPB)”

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan pedoman sebagai organisasi dalam mengambil kebijakan tentang bagaimana mengembangkan atau melihat/ menganalisa faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *behavioral intention* sehingga bisa berdampak kepada kinerja organisasi secara keseluruhan dalam jangka panjang.