

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia pun terus berkembang. Salah satu kebutuhan tersebut diantaranya adalah kebutuhan akan pelayanan kesehatan, karena kesehatan merupakan salah satu kebutuhan hidup yang sangat penting dalam menunjang aktifitas sehari-hari. Jika seseorang sedang tidak sehat maka aktifitas sehari-hari mereka akan terganggu sehingga tidak dapat berjalan dengan baik. Semakin meningkatnya kondisi sosial ekonomi masyarakat, maka berpengaruh juga terhadap pola pikir masyarakat yang semakin kritis terhadap hal-hal yang sangat vital terutama dalam hal kesehatan. Masyarakat mulai menyadari bahwa kesehatan menjadi sesuatu yang sangat penting karena manusia atau masyarakat tidak akan bisa hidup layak jika tidak terpenuhi kebutuhan kesehatannya (Mauludin, 2000 dalam Kartika 2011).

Masyarakat pun sekarang sudah mulai menyadari betapa berharganya kesehatan bagi hidup mereka karena mengetahui betapa mahalnya biaya perawatan kesehatan yang seringkali sulit dijangkau. Apalagi sekarang banyak bermunculan jenis penyakit baru yang mengancam kesehatan masyarakat. Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya arti kesehatan maka jasa pelayanan kesehatan menjadi sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan kesehatannya sehari-hari. Kesadaran masyarakat yang semakin

tinggi terhadap pentingnya kesehatan merupakan salah satu alasan bahwa kebutuhan akan prasarana kesehatan juga semakin meningkat, selain itu masyarakat juga akan semakin pandai dalam memilih jasa penyedia layanan kesehatan yang terbaik dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan.

Banyaknya tempat- tempat penyedia pelayanan kesehatan seperti rumah sakit, puskesmas, maupun klinik kesehatan dan lain-lain merupakan salah satu bukti bahwa produsen telah merespon dan melihat peluang usaha dari kebutuhan masyarakat akan jasa pelayanan kesehatan tersebut (Mauludin, 2000 dalam Kartika 2011).

Klinik adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan yang menyediakan pelayanan medis dasar dan atau spesialis, diselenggarakan oleh lebih dari satu jenis tenaga kesehatan dan dipimpin oleh seorang tenaga medis serta menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat (Permenkes RI Nomor 028/Menkes/Per/I/2011).

Klinik kesehatan dapat dipandang sebagai tempat alternatif yang dapat dipilih masyarakat untuk melakukan pengobatan secara medis atas penyakit yang diderita, selain rumah sakit dan puskesmas. Dalam usahanya klinik kesehatan memberikan fasilitas kesehatan yang pada umumnya berupa praktek dokter umum 24 jam, praktek dokter spesialis, persalinan, rawat inap, rawat jalan, dan apotik. Walaupun fasilitas

kesehatan tidak selengkap rumah sakit, namun keberadaan klinik ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan adanya fasilitas kesehatan yang lokasinya mudah dicapai, tersedianya dokter dan perawat yang memadai, pelayanan kesehatan yang baik, jasa kesehatan 24 jam dan biaya yang relatif terjangkau. Namun, sebelum seorang pasien mengambil keputusan layanan kesehatan mana yang akan dipilih sebagai tempat tempat pengobatan, pasien telah melakukan berbagai pertimbangan dan mempunyai beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh pengelola klinik atau layanan kesehatan sehingga pasien bersedia datang ke klinik kesehatan untuk menggunakan jasa kesehatan yang tersedia dan bersedia melakukan pembayaran atas pengguna jasa tersebut.

Peranan merek bukan lagi sekedar sebagai nama ataupun sebagai pembeda dengan produk-produk pesaing, tetapi sudah menjadi faktor penentu untuk dapat menjadi “*trend setter*” di bidang industri. Banyak perusahaan yang berhasil karena memiliki reputasi merek, sehingga dapat membuka distribusi di kota-kota lain bahkan negara-negara lain dengan menarik pelanggan sasaran melalui kekuatan-kekuatan merek yang mereka miliki. (Hermawan Kertajaya 2007)

Dalam perkembangan pasar dimasa Globalisasi saat ini *Brand Association* menjadi sebuah hal yang berpengaruh besar bagi keberhasilan sebuah pelayanan kesehatan dalam memenangkan persaingan. Dalam beberapa tahun terakhir ini sudah banyak pelayanan kesehatan yang memfokuskan

pemasarannya pada *Brand Association*, dan terbukti dengan *Brand Association* yang tinggi maka pelayanan kesehatan dapat mendapatkan keuntungan yang tinggi. Klinik dr. M. Suherman merupakan salah satu contoh tempat pelayanan kesehatan yang mengutamakan pentingnya brand association seperti pelayanan yang di berikan kepada pasien baik, kemudahan dalam pemberian pelayanan, respon cepat perawat terhadap pasien, komunikasi perawat dengan pasien yang sangat baik. Brand Association yang baik akan menciptakan produk dan jasa diferensiasi yang jelas, pelanggan yang loyal, yang pada akhirnya Klinik dr. M. Suherman dapat menguasai pangsa pasar yang lebih besar.

Klinik dr. M. Suherman Jember merupakan salah satu pelayanan kesehatan yang telah memiliki pengalaman selama kurang lebih 19 tahun. Lokasi yang strategis serta akses yang baik membuat Klinik dr. M. Suherman Jember tersebut menjadi salah satu pilihan bagi konsumen yang ingin mendapatkan jasa pelayanan kesehatan. Setelah mendapatkan informasi tersebut peneliti melakukan sutudy pendahuluan dengan memberikan pertanyaan kepada 10 responden, 4 (40%) responden mengatakan sudah pernah berkunjung lebih dari 2 kali karena merasa pelayanan yang di berikan klinik sudah sesuai dengan harapan klien, 3 (30%) responden mengatakan sudah berkunjung lebih dari 1 kali karena kunjungan yang pertama kali pelayanan klinik diterima dengan baik , tiga (30%) responden mengatakan baru berkunjung 1 kali karena baru mendapatkan informasi dari klien klinik bahwa pelayanan di klinik sangat

baik . Selain itu berdasarkan studi pendahuluan jumlah kunjungan pada bulan Februari 2017 sampai April 2017 mengalami ketidakstabilan.

Berikut adalah data rekapulasi total pasien rawat jalan lama yang berobat ke Klinik dr. M. Suherman dari bulan Februari 2017 sampai April 2017 :

Tabel 1.1 Persentase Jumlah Pasien Bulan Februari 2017-April2017

NO	Bulan	Jumlah Pasien	Persentase Kenaikan Dan Penurunan
1.	Februari 2017	440	
2.	Maret 2017	643	Naik 31,5%
3.	April 2017	551	Turun 16,6 %

Sumber : Data kunjungan pasien

B. Perumusan Masalah

1. Pernyataan Masalah

Klinik kesehatan merupakan fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan, menyediakan pelayanan medis dasar dan atau spesialisik serta menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Penyedia layanan kesehatan bukan hanya ada di klinik kesehatan, melainkan juga terdapat penyedia layanan kesehatan lainnya seperti puskesmas dan rumah sakit. Dengan banyaknya tempat- tempat penyedia pelayanan kesehatan maka perlu dilakukan penyebaran informasi mengenai keberadaan klinik dr. M. Suherman Jember pada wilayah Jember dan daerah sekitar klinik sehingga informasi tentang klinik dr. M. Suherman Jember ini bisa membuat masyarakat lebih menyadari keberadaannya. *Brand Association* yang

tinggi akan menjadi pertimbangan konsumen saat melakukan keputusan berobat pada penyedia layanan kesehatan mana yang akan mereka gunakan, sehingga masyarakat mampu mengingat akan keberadaan klinik kesehatan dr. M. Suherman Jember.

2. Pertanyaan Masalah

- a. Bagaimana *Brand Association* Klinik dr. M. Suherman Jember?
- b. Bagaimana loyalitas pasien di Klinik dr. M. Suherman Jember?
- c. Apakah ada hubungan *Brand Association* dengan loyalitas pasien di Klinik dr. M. Suherman Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Mengidentifikasi hubungan *Brand Association* terhadap loyalitas pasien di Klinik dr. M. Suherman Jember.

2. Tujuan Khusus

- a. Mengidentifikasi *Brand Asociation* Klinik dr. M. Suherman Jember,
- b. Mengidentifikasi loyalitas pasien di Klinik dr. M. Suherman Jember,
- c. Menganalisis hubungan *Brand Association* di Klinik dr. M. Suherman Jember.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Klinik kesehatan

- a. Dapat digunakan sebagai acuan untuk mengembangkan pelayanan di Klinik kesehatan.
- b. Dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan usaha klinik kesehatan di masa mendatang.

- c. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau masukan dalam mengelola *Brand Association* dan kualitas layanan suatu klinik kesehatan, serta pengaruh hal-hal itu pada nilai yang dirasakan pengguna jasa.
2. Bagi Akademik
 - a. Dapat dijadikan informasi bagian akademis/pendidikan untuk kegiatan penelitian dan pengembangan penerapan pelayanan keperawatan.
 - b. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mendukung peningkatan kualitas pendidikan klinik.
 3. Bagi Masyarakat
 - a. Mengakomodasi informasi dan masukan masyarakat tentang kebutuhan pelayanan kesehatan yang dibutuhkan.
 - b. Dapat mengembangkan sistem pelayanan kesehatan yang akan diterima oleh masyarakat hingga menghasilkan peningkatan terhadap kualitas hidup pasien menjadi lebih baik.
 - c. Memberikan kesadaran kepada masyarakat pentingnya kesehatan