

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Landasan Teori

2.1.1 Kepuasan

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan (*satisfactioans*) berasal dari kata “*Statis*“ (artinya cukup baik, memadai), dan “*Facio*“ (melakukan atau membuat), kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira, menurut Kotler yang dikutip kembali oleh (Tjiptono & Fandy, 2017) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Tjiptono dalam (Majid, 2014) kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau konfirmasi yang dirasakan anatara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan pemakainya.

Menurut (Tjiptono, 2017) “kepuasan konsumen adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada kepuasan konsumen”.

Menurut Kotler dalam (Atmaja, 2018) “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan”.

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang, puas individu karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dan pelayanan yang diberikan terpenuhi.

2.1.1.2 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut Tjiptono dalam (Suryati, 2015) menyimpulkan bahwa: Kepuasan diukur dengan indikator yang terdiri dari delapan indikator yaitu kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, keistimewaan tambahan (*features*), Keandalan (*reliability*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), Daya tahan (*durability*), *Serviceability*, Estetika dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

1. Kinerja (*Performance*)

Tingkat konsistensi dan kebaikan fungsi-fungsi produk. Indikator yang mempengaruhi Kinerja (*Performance*) menurut (Robbins, 2016):

a. Mutu

Mutu kinerja dari pekerja bisa diukur dengan kualitas tugas yang dikerjakan oleh karyawan.

b. Kuantitas

Kuantitas adalah jumlah pekerjaan yang karyawan hasilkan.

c. Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu adalah hal yang juga krusial dalam pekerjaan karena berkaitan dengan target pekerjaan.

d. Efektivitas Penggunaan Sumber Daya

Efektivitas penggunaan sumber daya perusahaan juga salah satu indikator kemampuan.

e. Mandiri

Sikap mandiri juga salah satu indikator kemampuan karyawan yang krusial dalam menilai kinerja karyawan.

f. Berkomitmen

Komitmen adalah indikator yang juga penting karena

bisa menentukan motivasi karyawan dalam bekerja.

2. Keistimewaan/Keunikan (*Features*)

Karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk-produk sejenis. Indikator yang mempengaruhi Keistimewaan/Keunikan (*Features*) menurut (Yuningsih & Kusmiarti, 2019):

a. Keunggulan

Merupakan kelebihan yang ada pada produk maupun jasa.

b. Differensiasi

Merupakan cara perusahaan untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan pesaing melalui daya pembeda atau keunikan produk.

c. *Design* atau Rancangan

Akan menjadi salah satu cara yang ampuh untuk memposisikan produk dan jasa perusahaan.

3. Keandalan (*reliability*)

Probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi yang dimaksud dalam jangka waktu tertentu. Indikator yang mempengaruhi Keandalan (*reliability*) menurut (Tjiptono & Chandra, 2016):

a. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.

b. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelayanan.

c. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali.

d. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

e. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Kecocokan produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan atau dijanjikannya. Indikator yang mempengaruhi Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) menurut Martinich dalam (Yamit, 2017) :

a. *Performance*

Hal terpenting bagi pelanggan yaitu apakah kualitas produk menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau apakah pelayanan diberikan dengan cara yang benar.

b. Range and type of Features

Selain fungsi utama dari suatu produk dan pelayanan pelanggan sering kali tertarik pada kemampuan/keistimewaan yang dimiliki produk dan pelayanan.

c. Maintainability and Serviceability

Kemudahan untuk pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti.

d. Ethical profile and image

Kualitas adalah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan.

5. Daya tahan (*durability*)

Didefinisikan sebagai umur manfaat dari fungsi produk. Indikator yang mempengaruhi Daya tahan (*durability*) menurut (Muljani & Yulius, 2019):

a. Kualitas Produk

Kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

6. *Serviceability*

Berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk. Indikator yang mempengaruhi *Serviceability* menurut (Widyanita, 2018):

a. Kepuasan Konsumen

Merupakan sikap, penilaian dan respon emosional yang ditunjukkan oleh pelanggan setelah proses pembelian/konsumsi yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja aktual terhadap suatu produk/jasa dan harapannya.

7. Keindahan (*Aesthetics*)

Estetika berhubungan dengan penampilan wujud produk (misalnya, gaya dan keindahan) serta penampilan fasilitas,

peralatan, personalia, dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa. Indikator yang mempengaruhi Keindahan (*Aesthetics*) menurut (Prawiro, 2019):

a. Bentuk

Bentuk (*shape*) sangat berpengaruh pada daya tarik suatu objek. Secara umum, bentuk objek terdiri dari dua jenis, yaitu; dua dimensi dan tiga dimensi.

b. Warna

Umumnya pilihan warna objek akan disesuaikan oleh orang yang akan menggunakannya. Misalnya, selera warna pakaian anak muda cenderung berbeda dengan orang yang sudah tua.

c. Tema

Dalam hal ini tema adalah ide atau gagasan yang ini disampaikan oleh pembuat objek atau karya seni kepada orang lain. Biasanya tema suatu karya akan dipengaruhi oleh banyak faktor, misalnya letak geografis, adat istiadat, budaya, dan lainnya.

d. Motif Hias

Motif hias adalah pola atau gambar yang menjadi hiasan pada suatu objek atau produk. Tujuan menambahkan motif hias pada suatu objek adalah untuk menambah nilai keindahan/ estetika pada objek atau produk tersebut.

8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan. Indikator yang mempengaruhi Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*) menurut (Hung & Chen, 2012):

a. Nilai Fungsi

Untuk mengetahui seberapa tinggi *perceived quality* pada konsumen yaitu dengan mengukur tingkat nilai fungsi dari produk atau jasa terhadap konsumen tersebut.

b. Nilai Experiential

Merupakan nilai dari pengalaman konsumen dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

c. Nilai Simbolis

Dalam suatu produk tentunya diperlukan simbol yang merepresentasikan produk yang ditawarkan agar setiap konsumen mengetahui merek dari suatu produk.

Menurut (Wijayanti, 2017) Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kebutuhan konsumen, harapan-harapan yang terselubung, pelanggan khusus, sentuhan emosional, dan zona toleransi yang didasarkan pada informasi dari beberapa sumber diantaranya :

a. Dari mulut ke mulut (*Word Of Mouth*)

Pengaruh ini timbul dari segala sesuatu yang didengar oleh konsumen dari konsumen lainnya. Hal ini merupakan faktor potensial karena konsumen biasanya cenderung mempercayai konsumen lain yang pernah mencoba produk atau jasa yang diberikan perusahaan atau instansi.

b. Kebutuhan Pribadi (*Personal Needs*)

Faktor ini bergantung pada kebutuhan pribadi masing-masing, konsumen biasanya tidak sama antar konsumen, sehingga harapan yang diperlukan oleh konsumen jadi tidak sama.

c. Pengalaman masa lalu (*Past Experience*)

Keadaan yang diharapkan tidak terlepas dari pengalaman masa lalu dari masing-masing konsumen, karena semakin tinggi pengalamannya maka akan sangat berpengaruh terhadap harapannya dalam mempengaruhi kebutuhan.

d. Komunikasi eksternal (*External Communication*)

Komunikasi eksternal seperti adanya promosi, penyuluhan yang mereka terima akan mempengaruhi harapan dari konsumen.

2.1.1.3 Metode Pengukuran Kepuasan

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai metode dan teknik. Menurut Kotler dalam (Windasuri, 2017), metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan adalah:

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berfokus kepada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan terhadap perusahaan. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan.

2. *Ghost Shopping* atau *mystery shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk pesaing berdasarkan pengalaman tersebut.

3. Analisis pelanggan yang hilang

Perusahaan-perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli produk perusahaan ataupun telah berpindah pemasok lain untuk mempelajari penyebabnya.

4. Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei perusahaan akan mengetahui tanggapan dan timbal balik secara langsung dari pelanggan dan memberikan tanda baik kepada pelanggan bahwa perusahaan senantiasa memperhatikan pelanggannya. Ini juga memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk memahami apa yang diinginkan pelanggannya.

2.1.1.4 Dimensi Kepuasan

Ketika membicarakan kepuasan pelanggan, mau tidak mau kita juga harus membahas mutu layanan yang diberikan perusahaan. Berikut dimensi kepuasan pelanggan menurut (Majid, 2015), dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Tepat Waktu (*On Time Performance*)

Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan.

2. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Kemudahan, kecepatan dan ketepatan dalam melayani.

3. Pelayanan (*Service*)

Keramahan dan ketanggapan karyawan serta kenyamanan pelanggan.

4. Harga (*Price*)

Tarif atau harga yang dikenakan sesuai dan terjangkau.

2.1.2 Non Tatap Muka

Non tatap muka dimaknai dapat terjalin interaksi yang baik, terbangun relasi dan pola komunikasi serta fungsi komunikasi berjalan dengan baik, namun masih dimaknai kurang dalam mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan, seperti pemahaman yang komprehensif terhadap materi. (Yunita & Mediana, 2017)

2.1.3 BPJS Kesehatan

2.1.3.1 Pengertian BPJS Kesehatan

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial yang selanjutnya disebut BPJS. BPJS adalah badan hukum yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan sosial. Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) adalah badan hukum yang dibentuk dengan Undang-Undang untuk menyelenggarakan perogram jaminan sosial (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2011). BPJS menurut UU Nomor 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional adalah transformasi dari badan penyelenggara jaminan sosial yang sekarang telah berjalan dan dimungkinkan untuk membentuk badan penyelenggara baru sesuai dengan dinamika perkembangan jaminan sosial.

2.1.3.2 Prinsip BPJS Kesehatan

BPJS menyelenggarakan sistem jaminan sosial nasional berdasarkan prinsip (UU no 24 tahun 2011 tentang BPJS) :

- a. Kegotongroyongan
- b. Nirlaba
- c. Keterbukaan

- d. Kehati-hatian
- e. Akuntabilitas
- f. Portabilitas
- g. Kepesertaan bersifat wajib
- h. Dana amanat
- i. Hasil pengelolaan dana jaminan sosial dipergunakan seluruhnya untuk pengembangan program dan untuk sebesar-besar kepentingan peserta.

2.1.4 Layanan PANDAWA

2.1.4.1 Pengertian Layanan PANDAWA

BPJS Kesehatan terus berupaya mengoptimalkan layanan non tatap muka melalui berbagai inovasi yang dikembangkan. Salah satunya melalui aplikasi yang sangat familiar di masyarakat yaitu Whatsapp dengan mengeluarkan layanan Pelayanan Administrasi Melalui WhatsApp (PANDAWA). (Humas, 2021)

Pandawa (Pelayanan Administrasi Melalui WhatsApp) merupakan salah satu layanan dari BPJS Kesehatan untuk mengurus beberapa keperluan administrasi kepesertaan yang biasa didapatkan di Kantor Cabang. Layanan online tersebut bisa dihubungi dinomor WhatsApp “08118165165” dan aktif dihari dan jam kerja. (Handayani, 2022)

2.1.4.2 Fitur - Fitur Layanan PANDAWA



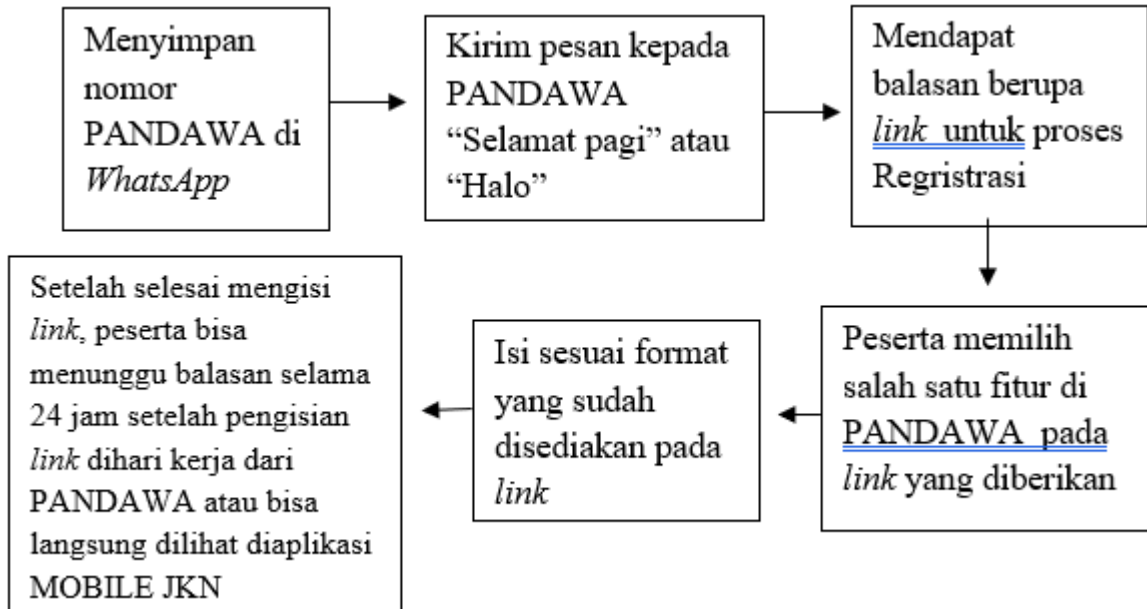
Gambar 2.1 Layanan online PANDAWA

Pelayanan yang bisa didapatkan oleh peserta melalui Pandawa antara lain :

- a. Penambahan Anggota Keluarga
 1. PNS/TNI/POLRI dan Pensiunan/Veteran-PK
 2. Penerima Bantuan Juran APBN (Bayi Baru Lahir)
 3. Pekerja Bukan Penerima Upah (PBPU) /Mandiri dan Bukan Pekerja (BP)
- b. Pengurangan Anggota Keluarga
 1. Pelaporan peserta meninggal
 2. Pembaruan KK
 3. Pelaporan WNI ke luar negeri
- c. Pengaktifan Kembali Kartu
 1. Anak > 21 tahun dan masih kuliah (pendidikan formal)
 2. Registrasi ulang (PNS/TNI/POLRI dan Pensiunan/Veteran PK/PBPU)
 3. WNI kembali dari luar negeri
 4. Data ganda
- d. Pendaftaran Peserta Baru
 1. PNS/TNI/POLRI
 2. Warga Negara Asing
 3. Pekerja Bukan Penerima Upah (PBPU)/ Mandiri dan Bukan Pekerja (BP)
- e. Pindah Jenis Kepesertaan Pekerja Penerima Upah (PPU) Non Aktif menjadi PBPU/Mandiri Ubah data Peserta
- f. Perubahan Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP)
 1. TNI/POLRI
 2. Sebelum 3 bulan (bagi peserta pindah domisili/pindah tugas)
- g. Perubahan/Perbaikan Data
 1. Identitas Peserta (NIK, Nomor KK, Nama, Tanggal Lahir, Jenis Kelamin, Alamat)
 2. Nomor Handphone
 3. Golongan dan gaji (PNS/TNI/POLRI)

- h. Perubahan Kelas Rawat Bagi Peserta Yang Belum Membayar Iuran Pertama

2.1.4.3 Langkah – Langkah Menggunakan Layanan PANDAWA



Gambar 2.2 Langkah – Langkah Menggunakan Aplikasi PANDAWA

Memilih pembagian kepesertaan sesuai status dan keinginan, terdapat 3 (tiga) kepesertaan yaitu PPU, WNA dan BPBU/Mandiri. Syarat yang harus dipenuhi :

1. PNS/TNI/Polri
 - a. File/Foto KK (Wajib diisi)
 - b. File/Foto SK Pengangkatan Terakhir (Wajib diisi)
 - c. File/Foto Daftar Slip Gaji terakhir yang mencantumkan gapok dan tunjangan keluarga, tunjangan jabatan/tunjangan umum, tunjangan profesi, dan tunjangan kinerja atau tunjangan tambahan penghasilan bagi PNS Daerah (Wajib diisi)
 - d. File/Foto Penetapan Pengadilan untuk anak angkat (jika belum tercantum dalam kartu keluarga)
 - e. File/Foto Surat Keterangan Sekolah/Perguruan Tinggi (untuk anak PPU 1-3 yang berusia lebih dari 21 tahun sampai dengan 25 tahun)
2. Warga Negara Asing
 - a. File/Foto KK (Wajib diisi)

- b. File/Foto KITAS/KITAP Asli (Wajib diisi)
 - c. File/Foto surat izin kerja /berusaha atas risiko sendiri yang diterbitkan oleh instansi yang berwenang (Wajib diisi)
3. PBP/Mandiri
- a. File/Foto KK (Wajib diisi)
 - b. Mengisi data diri sesuai identitas dan mengisi data diri calon peserta yang tercantum di kartu keluarga
 - c. Mengisi kelas rawat yang diinginkan dan juga tempat fasilitas kesehatan terdekat
 - d. Mengisi no. Rekening yang masih aktif
 - e. Upload foto/file kartu keluarga kemudian klik ‘lanjut’
 - f. Mengisi informed consent dan klik selesai
 - g. Tunggu paling lama 2 hari kerja untuk diberikan nomer pembayaran yang dapat digunakan untuk membayar iuran pertama setelah 2 minggu pendaftaran
 - h. Kepesertaan aktif setelah melakukan pembayaran iuran pertama baik di indomart maupun kantor pos.

2.1.5 Aplikasi JKN Mobile

2.1.5.1 Pengertian Aplikasi JKN Mobile

Mobile JKN adalah aplikasi milik BPJS Kesehatan untuk mempermudah akses bagi para peserta JKN-KIS. Mobile JKN merupakan aplikasi yang dapat diakses melalui gadget yang dapat diunduh melalui playstore ataupun appstore. Melalui aplikasi ini semua layanan dan informasi penting peserta dapat di akses dalam satu genggam. Dalam aplikasi Mobile JKN terdapat menu peserta, ubah data peserta, ketersediaan tempat tidur, pendaftaran pelayanan, premi, konsultasi dokter, jadwal tindakan operasi, skrining kesehatan, obat yang ditanggung, catatan pembayaran, pendaftaran peserta, pembayaran, riwayat pelayanan, informasi dan pengaduan, info JKN, lokasi dan skrining Mandiri Covid-19 (Humas, 2022). Mobile JKN adalah aplikasi milik BPJS Kesehatan untuk mempermudah akses bagi para peserta JKN-KIS.

2.1.5.2 Fitur - Fitur Aplikasi JKN Mobile

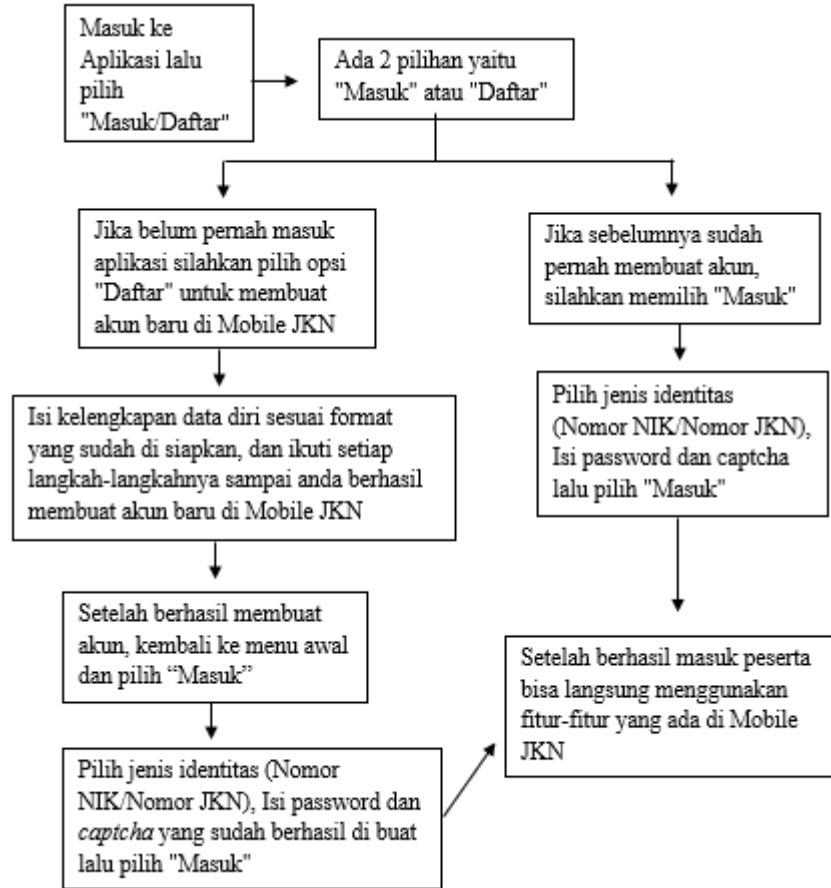


Pelayanan yang bisa didapatkan oleh peserta melalui JKN Mobile antara lain :

- a. Info Program JKN
- b. Info Lokasi Faskes
- c. Rencana Pembayaran Bertahap
- d. Penambahan Peserta
- e. Info Peserta
- f. Pendaftaran Pelayanan (Antrean)
- g. Konsultasi dokter
- h. Info Jadwal Tindakan Operasi
- i. Pengaduan Layanan JKN
- j. Perubahan Data Peserta
- k. Info Iuran
- l. Pendaftaran Auto Debit
- m. Info Riwayat Pembayaran
- n. Skrining Riwayat Kesehatan
- o. Info Riwayat Pelayanan
- p. Info Virtual Account

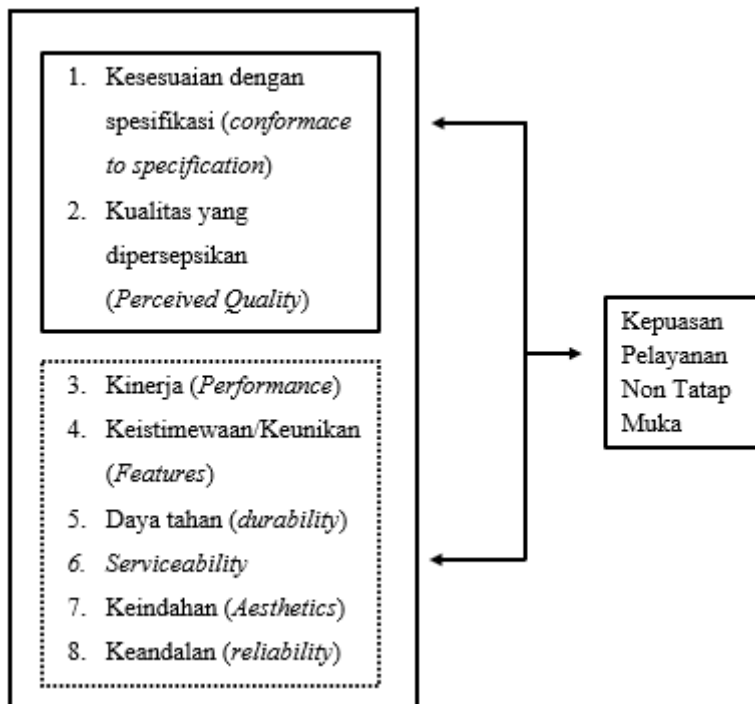
- q. Skrining Mandiri Covid-19
- r. Info Ketersediaan Tempat Tidur

2.1.4.3 Langkah – Langkah Menggunakan Aplikasi JKN Mobile




Gambar 2.4 Langkah – Langkah Menggunakan Aplikasi JKN Mobile


2.2 Kerangka Konsep



Gambar 2.5 Kerangka Konsep Penelitian Menurut Tjiptono dalam (Suryati, 2015)

Keterangan :

 : Variabel yang di teliti

 : Variabel yang tidak di telit