

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kanker payudara dan kanker leher Rahim merupakan jenis penyakit kanker tertinggi di dunia (WHO, 2013). Angka kejadian kanker untuk perempuan yang tertinggi adalah kanker payudara sebesar 42,1 per 100.000 penduduk dan diikuti kanker leher Rahim sebesar 23,4 per 100.000 penduduk. Angka kejadian penyakit kanker di Indonesia yaitu sebesar 136 per 100.000 penduduk dan berada pada urutan ke delapan di Asia Tenggara serta urutan ke-23 di Asia. Angka kejadian tertinggi untuk laki-laki adalah kanker paru yaitu sebesar 19 per 100.000 penduduk dengan rata-rata kematian 10,9 per 100.000 penduduk, yang diikuti dengan kanker hati sebesar 12,4 per 100.000 penduduk dengan rata-rata kematian 7,6 per 100.000 penduduk. Angka kejadian untuk perempuan yang tertinggi adalah kanker payudara yaitu sebesar 42,1 per 100.000 penduduk dengan rata-rata kematian 17 per 100.000 penduduk yang diikuti kanker leher rahim sebesar 23,4 per 100.000 penduduk dengan rata-rata kematian 13,9 per 100.000 penduduk (Kemenkes, 2018).

Berdasarkan data Data Riskesdas 2018, prevalensi tumor/kanker di Indonesia menunjukkan peningkatan dari 1,4 per 1000 penduduk di tahun 2013 menjadi 1,79 per 1000 penduduk pada tahun 2018. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk mencegah meningkatnya kasus kanker adalah dengan meningkatkan serapan vaksinasi (Cullen, 2014). Walaupun demikian deteksi dini merupakan metode yang paling efektif untuk menurunkan angka kanker payudara dan leher rahim (De Blasio, 2012).

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 34 Tahun 2015, Penanggulangan Kanker Payudara Dan Kanker Leher Rahim wanita usia subur atau wanita yang berusia 30-50 tahun diharapkan melakukan pemeriksaan *Clinical Breast Examination* (CBE) dan Inspeksi Visual Asam Asetat (IVA) di pelayanan kesehatan yang berfungsi untuk deteksi dini kanker payudara dan kanker leher Rahim.

Permenkes No 4 tahun 2019 tentang Standar Teknis Pemenuhan Mutu Pelayanan Dasar Pada Standar Pelayanan Minimal Bidang Kesehatan menyatakan bahwa seluruh wanita usia produktif wajib melakukan deteksi dini penyakit tidak menular diantaranya melalui pemeriksaan CBE dan IVA yang artinya seluruh wanita berusia 30-50 tahun diwajibkan untuk melakukan pemeriksaan tersebut. Deteksi dini kanker payudara dan kanker leher rahim dapat dilakukan di pelayanan dasar seperti puskesmas.

Sampai pada tahun 2019 capaian pemeriksaan CBE dan IVA di Indonesia masih sangat jauh dari target yang telah ditetapkan, berikut capaiannya:

Tabel 1.1 Capaian Pemeriksaan IVA dan CBE di Indonesia Tahun 2017-2019

No.	Tahun	Capaian Pemeriksaan IVA dan CBE
1.	2017	2,98%
2.	2018	7,34%
3.	2019	12,2%

Sumber: Profil Kesehatan Indonesia tahun 2017-2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa sampai pada tahun 2019 capaian pemeriksaan IVA dan CBE di Indonesia hanya sebesar 12,2% dari jumlah seluruh wanita berusia 30-50 tahun. Jumlah tersebut masih sangat jauh dari target yang telah ditetapkan, mengingat pada Permenkes No 4 Tahun 2019 disebutkan

bahwa seluruh wanita usia subur (usia 30-50 tahun) wajib untuk melakukan deteksi dini kanker payudara dan kanker leher Rahim melalui pemeriksaan CBE dan IVA.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliwati (2012) menyatakan bahwa yang berhubungan dengan perilaku WUS dalam melakukan deteksi dini kanker leher rahim adalah pengetahuan, sikap, keterjangkauan jarak, keterpaparan informasi, dukungan keluarga, dukungan petugas kesehatan dan dukungan kader. Penelitian tentang deteksi dini kanker payudara dan kanker leher Rahim di Turki pada tahun 2017 menunjukkan bahwa persepsi kesehatan pada wanita yang berusia lebih tua meningkatkan kebutuhan mereka terhadap deteksi dini kanker. Rosmiati (2017) menyatakan bahwa pengetahuan, pekerjaan dan sosial ekonomi berhubungan dengan motivasi ibu untuk melakukan pemeriksaan IVA.

Banyak faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat dalam memanfaatkan suatu pelayanan kesehatan. Elliot (2008) menyatakan bahwa suatu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan permintaan terhadap suatu barang/jasa yakni melalui *Demand Creation*. *Demand creation* merupakan proses peningkatan permintaan terhadap suatu produk atau jasa dengan menggunakan teknik pemasaran, yaitu pada produk yang tidak laku atau memiliki sedikit permintaan karena produk atau jasa tersebut belum diketahui oleh konsumen. *Demand Creation* dapat pula diartikan sebagai suatu cara untuk memasarkan suatu produk yang baru atau belum diketahui oleh pelanggan. Hal ini sering diperlukan jika meluncurkan produk atau layanan baru, memasuki pasar baru dimana belum diketahui apakah sudah terdapat permintaan pada pasar itu atau belum adanya kesadaran tentang produk (*brand awareness*) atau layanan jasa sebagai sebuah

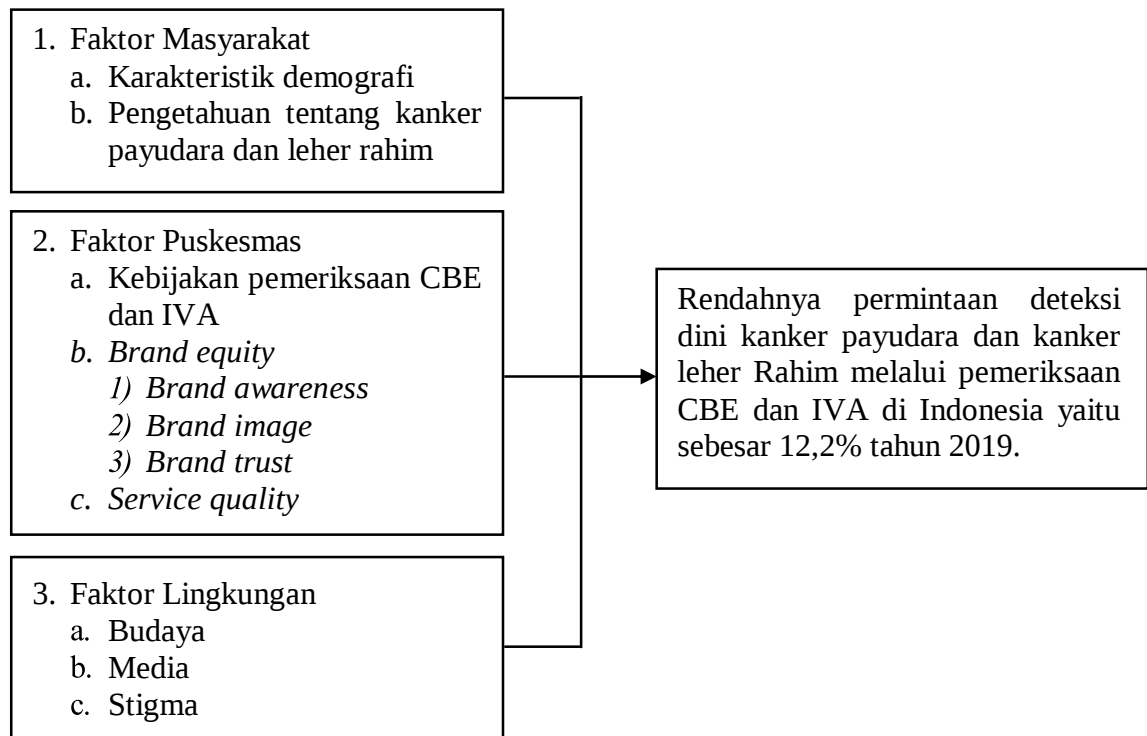
merk. Dalam hal ini masyarakat utamanya WUS belum memiliki *brand awareness* terhadap program pemeriksaan CBE dan IVA sehingga Dinas Kesehatan dan Puskesmas sebagai pengelola dan pelaksana program hendaknya mampu menumbuhkan *brand awareness* pada masyarakat sasaran yakni wanita usia subur yang berusia 30-50 tahun.

Penciptaan permintaan sebagai bagian dari strategi *go-to-market* dengan berfokus pada permintaan yang merangsang atau menghasilkan prospek penjualan yang berkualitas. Prospek tersebut akan datang dengan menanamkan dasar kesadaran dan nilai (*value*) kepada masyarakat mengapa mereka membutuhkan pemeriksaan CBE dan IVA. Pada dasarnya perlu untuk merangsang masyarakat dan memberikan pemahaman bahwa suatu layanan dibuat untuk kebutuhan dan kepentingan mereka (Slywotzky, 2011).

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah “rendahnya permintaan deteksi dini kanker payudara dan kanker leher rahim melalui pemeriksaan CBE dan IVA di Indonesia”.

1.2 Kajian Masalah

Faktor yang memungkinkan dapat mempengaruhi permintaan cakupan deteksi dini kanker payudara dan kanker leher rahim melalui pemeriksaan CBE dan IVA salah satunya adalah faktor fasilitas kesehatan yang terdiri dari *brand equity* yaitu *brand awareness*, *brand image* dan *brand trust*. Beberapa faktor tersebut dapat dilihat pada gambar tentang kajian masalah penelitian.



Gambar 1.1 Kajian Masalah

Berdasarkan gambar 1.1, dapat diketahui bahwa faktor yang dapat mempengaruhi rendahnya permintaan deteksi dini kanker payudara dan kanker leher rahim melalui pemeriksaan CBE dan IVA di Indonesia sebesar 12,2% dari jumlah wanita usia subur pada tahun 2019 adalah sebagai berikut:

1. Faktor Masyarakat

a. Karakteristik demografi

Terdiri dari umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan merupakan beberapa hal yang turut mempengaruhi keinginan seseorang untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan khususnya pemeriksaan CBE dan IVA. Semakin tua umur seseorang maka akan semakin beresiko orang tersebut untuk terkena berbagai jenis penyakit. Pendidikan dan pekerjaan

seseorang akan mempengaruhi informasi yang didapat oleh seseorang. Informasi tersebut digunakan untuk mengambil keputusan terkait pelayanan pemeriksaan CBE dan IVA.

b. Pengetahuan tentang kanker payudara dan leher rahim

Pengetahuan tentang kanker payudara dan kanker leher rahim sangat penting dalam menumbuhkan keinginan dan kemauan WUS untuk melakukan pemeriksaan CBE dan IVA. Sebagian besar masyarakat mungkin belum mengetahui faktor resiko dan pencegahan kanker payudara dan kanker leher rahim.

2. Faktor Puskesmas

a. Kebijakan pemeriksaan CBE dan IVA

Anderson menyatakan bahwa kebijakan merupakan serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seorang atau sekelompok pelaksana yang bertujuan untuk memecahkan sebuah permasalahan. Pemerintah Indonesia melalui Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2015 tentang Penanggulangan Kanker Payudara dan Kanker Leher Rahim menyatakan bahwa wanita usia subur dan berusia antara 30-50 tahun wajib untuk melaksanakan pemeriksaan CBE dan IVA sebagai bagian dari penanggulangan kanker payudara dan kanker leher rahim. Namun pada kenyataannya kebijakan ini masih belum mampu meningkatkan angka pemanfaatan pemeriksaan CBE dan IVA.

b. *Brand equity*

Dalam dimensi *brand equity* terdiri dari *brand awareness*, *brand image* dan *brand trust*.

1) *Brand awareness*

Brand awareness merupakan segala sesuatu yang dilakukan organisasi dalam mengenalkan dan menciptakan kesadaran tentang produk layanan kepada masyarakat. Pemeriksaan CBE dan IVA merupakan layanan yang terdapat di seluruh puskesmas dan masih tergolong baru sehingga dimungkinkan belum dikenal secara menyeluruh oleh masyarakat. Mengingat hal tersebut maka perlu adanya usaha puskesmas sebagai pelaksana untuk memberikan pengenalan pada pemeriksaan sehingga akan tercipta kesadaran masyarakat terkait betapa pentingnya pemeriksaan tersebut (*brand awareness*) untuk mencegah dan menanggulangi secara dini kanker payudara dan kanker leher rahim.

2) *Brand image*

Brand image atau citra merek merupakan persepsi masyarakat terhadap suatu produk atau jasa. Kurangnya sosialisasi tentang layanan tes CBE dan IVA yang dapat memberikan manfaat dalam mencegah kanker payudara dan kanker serviks pada wanita sehingga tidak terbentuk *brand image* dengan baik kemungkinan menyebabkan rendahnya pemanfaatan tes CBE dan IVA di fasilitas kesehatan.

3) *Brand trust*

Rendahnya pemanfaatan pemeriksaan CBE dan IVA kemungkinan disebabkan oleh kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan tes CBE dan IVA yang diberikan di fasilitas kesehatan yang masih kurang.

c. *Service quality*

Rendahnya pemanfaatan pemeriksaan CBE dan IVA kemungkinan disebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang memberikan kepuasan terhadap WUS sebagai penerima layanan. Hal ini dapat dilihat dari keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*).

3. Faktor Lingkungan

a. Budaya

Masyarakat Indonesia mayoritas merupakan masyarakat yang beragama Islam sehingga pemeriksaan CBE dan IVA masih dianggap sebagai hal yang tabu karena yang diperiksa adalah bagian tubuh yang vital yang tidak seharusnya dilihat oleh orang lain.

b. Media

Pengaruh kemajuan teknologi telah sampai pada seluruh lapisan masyarakat dimana social media dan internet merupakan hal yang turut berpengaruh terhadap pengetahuan dan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan suatu produk/jasa termasuk pemeriksaan CBE dan IVA.

c. Stigma

Merupakan berbagai pandangan negatif tentang diri seseorang. Hal ini mungkin saja dapat mempengaruhi niat seseorang untuk memutuskan melakukan pemeriksaan CBE dan IVA karena takut dipandang negatif oleh orang-orang di sekelilingnya apabila diketahui melakukan pemeriksaan.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang masalah, dapat dirumuskan masalah penelitian adalah:

1. Bagaimana *customer demand* pemeriksaan CBE dan IVA sebagai deteksi dini kanker payudara dan kanker leher Rahim?
2. Bagaimana hubungan *brand equity* (*brand awareness*, *brand image* dan *brand trust*) dengan *customer demand* pemeriksaan IVA?
3. Bagaimana hubungan *brand equity* (*brand awareness*, *brand image* dan *brand trust*) dengan *customer demand* pemeriksaan CBE?

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Tujuan Umum

Mengetahui hubungan *brand equity* (*brand awareness*, *brand image*, *brand trust*) dengan *customer demand* pada pemeriksaan CBE dan IVA sebagai deteksi dini kanker payudara dan kanker leher rahim.

1.4.2 Tujuan Khusus

Berdasarkan tujuan umum, maka tujuan khusus dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi *customer demand* pemeriksaan CBE dan IVA sebagai deteksi dini kanker payudara dan kanker leher rahim.
2. Mengetahui hubungan *brand equity* (*brand awareness*, *brand image* dan *brand trust*) dengan *customer demand* pemeriksaan IVA.
3. Mengetahui hubungan *brand equity* (*brand awareness*, *brand image* dan *brand trust*) dengan *customer demand* pemeriksaan CBE.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Dinas Kesehatan dan Puskesmas, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam upaya meningkatkan permintaan pemeriksaan CBE dan IVA sebagai deteksi dini kanker payudara dan kanker leher Rahim.
2. Bagi institusi pendidikan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi proses belajar mengajar dan sebagai sarana penerapan ilmu manajemen pelayanan kesehatan serta sebagai bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang kajian yang sama.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan pengalaman yang berharga selama mengikuti Pendidikan Manajemen Pelayanan Kesehatan.