

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan atau mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen), tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Pendekatan kuantitatif menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematis (data berupa angka/data metrik) khususnya statistik sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Muijs, 2004 dalam Munandar, 2011). Sedangkan untuk pembahasan penentuan sasaran/target dan posisi pasarnya dilakukan analisa berdasarkan interpretasi penulis.

Semua data yang terkumpul yang dianalisis adalah merupakan data primer. Untuk data sekunder dari telaah dokumen rekam medis RSUD Muhammadiyah, informasi data dari kantor BPJS Cabang Madiun, Badan Pusat Statistik Kota Ponorogo tahun 2015, dan dokumen terkait lainnya.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat Penelitian di RSUD Muhammadiyah Ponorogo, waktu penelitian kurang lebih 3 bulan mulai April 2017

C. Populasi, Teknik Sampling dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Dengan berlatar belakang dan bertujuan seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka populasinya adalah semua pengguna jasa layanan rawat inap bukan peserta JKN di Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Ponorogo, dan berdasarkan data rekam medis jumlah populasi rata-rata pengguna jasa layanan rawat inap bukan peserta JKN perbulan rata-rata 300 orang.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Untuk menentukan ukuran sampel ditentukan banyak faktor faktor berdasarkan alasan statistik/nilai parameter dan alasan non statistik, dimana pada hakekatnya tidak ada seorang pun pakar atau ahli yang dapat menyatakan ukuran sampel yang tepat karena beragamnya faktor faktor yang mempengaruhinya (Anwar Sanusi, 2011).

Dengan pertimbangan tersebut, maka dalam penelitian ini ditentukan ukuran sampel yang tidak melibatkan nilai parameter, yaitu langsung berdasarkan rumus dari tabel sampel menurut ukuran

populasi *Krejcie and Morgan*, 1970 (lampiran 2 halaman 100) yaitu jumlah populasi rata-rata pengguna jasa layanan rawat inap bukan peserta JKN perbulannya adalah 300 orang sehingga jumlah sampelnya adalah 169 responden sesuai tabel.

a. Untuk kriteria inklusi sampelnya adalah pengguna jasa yang sedang menjalani rawat inap dengan syarat sebagai berikut :

- 1) Bukan peserta JKN
- 2) Bisa membaca.
- 3) Bersedia menjadi responden.
- 4) Cukup dewasa yaitu berusia 20–60 tahun dengan kesadaran baik

b. Sedangkan kriteria eksklusi sampelnya adalah sbb :

- 1) Peserta JKN
- 2) Tidak bersedia menjadi responden
- 3) Karyawan rumah sakit beserta keluarganya

D. Variabel Penelitian

Definisi variabel adalah ukuran/ciri yang dimiliki oleh anggota-anggota suatu kelompok yang lain. Dengan kata lain bahwa variabel atau suatu yang digunakan sebagai ciri, sifat/ ukuran yang dimiliki/didapatkan oleh satuan penelitian tentang sesuatu konsep pengertian tertentu

misalnya umur, jenis kelamin, pendidikan, status perkawinan, pekerjaan, pengetahuan, pendapatan, penyakit dan sebagainya (Notoatmodjo, 2003).

Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini merupakan variabel-variabel bebas karena memakai pendekatan analisis *cluster hierarki* interdependensi yaitu analisis multivariat yang melibatkan analisis secara serentak dari semua variabel dalam satu kumpulan, tanpa membedakan antara variabel yang terikat ataupun variabel yang bebas. Analisis ini berguna dalam memberikan makna terhadap sekelompok variabel atau membuat kelompok-kelompok secara bersama-sama.

Dalam penelitian ini data tentang profil/karakteristik sosial responden, yang berisi data demografi sebagai identitas responden yaitu tempat tinggal, usia/kelompok umur, pendidikan dan pekerjaan, status perkawinan, pendapatan, pengeluaran dapat digunakan sebagai indikator variabel penelitian yaitu sebagai variabel bebas, karena merupakan kelompok karakteristik segmentasi demografis seperti dijelaskan sebelumnya dalam bab sebelumnya.

Identifikasi variabel bebas dalam penelitian ini meliputi kategori :

1. Segmentasi geografis, variabel yang dimaksud adalah wilayah kecamatan tempat tinggal responden
2. Segmentasi demografis, variabel yang dimaksud adalah kelompok umur, jumlah anggota dalam kartu keluarga, pendidikan, pekerjaan,

status perkawinan, pendapatan, serta konsumsi belanja perbulan

3. Segmentasi perilaku, variabel yang dimaksud adalah pengetahuan, persepsi dan sikap terhadap keberadaan asuransi JKN.

Karakteristik responden dan variabel bebas yang akan diamati dalam penelitian termasuk data skala campuran (metrik dan non metrik) sebagai berikut :

Karakteristik responden yang merupakan identitas responden adalah :

1. Tempat Tinggal (Kecamatan)
2. Kelompok umur (≤ 29 tahun : 30–39 tahun : 40–49 tahun: ≥ 50 tahun)
3. Pendidikan terakhir (\leq SD : SLTP : SLTA : \geq Sarjana : Jawaban lain)
4. Pekerjaan (Petani Pemilik: Buruh Tani : Swasta Dalam Negeri : Swasta Luar Negeri : Wiraswata : Jawaban lain)
5. Status perkawinan (Belum Menikah : Menikah : Cerai)
6. Jumlah anggota dalam Kartu Keluarga (1-2 : 3-4 : 5-6 : ≥ 7)
7. Pendapatan per bulan (≤ 500.000 : 500.000-1.500.000 : 1.500.000-2.500.000 : $\geq 2.500.000$)
8. Konsumsi belanja per bulan: ($\leq 1.200.000$: $\geq 1.200.000$)

Variabel bebas lainnya yang akan diamati adalah :

X1 : Pengetahuan tentang keberadaan asuransi JKN (Ya : Tidak)

X2 : Persepsi terhadap keberadaan asuransi JKN

X3 : Sikap terhadap keberadaan asuransi JKN (Ya : Tidak)

E. Definisi Operasional

Data pada penelitian ini merupakan data skala campuran tentang karakteristik sosial responden (identitas responden) yang digunakan untuk mengetahui karakteristik demografi responden dan juga digunakan sebagai variabel bebas. Sedangkan data lainnya merupakan data variabel bebas yang bersifat subyektif tentang pengetahuan, persepsi dan sikap responden, memakai skala berjarak atas suatu respon yang ditawarkan dengan bentuk *skala Likert* (Supranto, 2004).

Semua variabel pada penelitian ini akan diukur menggunakan kuesioner. Untuk identitas/demografi responden mengisi dengan memilih alternatif yang telah disediakan. Sedangkan untuk variabel yang terkait pengetahuan dan sikap menggunakan bentuk dasar pertanyaan atau pernyataan tertutup dengan cara meminta responden untuk memilih jawaban yang telah disediakan (ya/tidak). Untuk pertanyaan terkait persepsi skala ukurnya memakai skala berjarak *scaled response questions* adalah bentuk pertanyaan atau pernyataan yang memakai skala *Likert*.

Skala Likert yang digunakan untuk mengukur dimensi berdasarkan tingkat kesetujuan terhadap dimensi, yaitu sebagai berikut :

- a. Jawaban SS : sangat setuju, diberi bobot lima (5)
- b. Jawaban S : setuju, diberi bobot empat (4)
- c. Jawaban N : netral, diberi bobot tiga (3)
- d. Jawaban TS : tidak setuju, diberi bobot dua (2)
- e. Jawaban STS : sangat tidak setuju, diberi bobot satu (1)

Tabel 3.1 : Definisi operasional Analisis Segmentasi dan Targeting Pengguna Jasa Layanan Rawat Inap bukan peserta JKN di Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Ponorogo

Variabel	Definisi Operasional	Cara Ukur	Alat ukur	Hasil ukur
X1 : Pengetahuan terhadap keberadaan asuransi JKN	Pengetahuan responden yang terkait dengan keberadaan asuransi JKN	Mengisi kuisisioner	Kuesioner	Jawaban responden akan dikategorikan menjadi dua yaitu : Ya atau Tidak
X2 : Persepsi terhadap keberadaan asuransi JKN	Persepsi responden yang terkait dengan keberadaan asuransi JKN	Mengisi kuisisioner	Kuesioner	Pernyataan positif , Skornya sebagai berikut : SS : 5 S : 4 N : 3 TS : 2 STS : 1 Pernyataan negatif, Skor sebagai berikut : SS : 1 S : 2 N : 3 TS : 4

				STS : 5 Sikap positif bila skor mempunyai nilai $T > \text{Mean}$ Sikap negatif bila skor mempunyai nilai $T < \text{Mean}$
X3: Sikap terhadap keberadaan asuransi JKN	Sikap atau minat responden terhadap kepesertaan asuransi JKN	Mengisi kuisisioner	Kuisisioner	Jawaban responden : Ya atau Tidak

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah formulir daftar pertanyaan berupa kuisisioner sebagai sumber data primer. Kuisisioner terdiri dari pertanyaan tertutup, dilengkapi oleh identitas responden dan seluruh variabel yang diperlukan dalam proses segmentasi pasar. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini juga mengadopsi model Likert, yaitu yang digunakan untuk mengukur pendapat dan persepsi seseorang tentang seputar pelayanan JKN. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Menurut Sugiyono (2008) untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban tersebut dapat diberi skor dalam setiap butirnya.

Kuisisioner yang digunakan tidak membangun sendiri alurnya, tapi

mengadopsi dan mengembangkan dari penelitian sebelumnya (Ayu.P.W, 2015) dengan melakukan beberapa penyesuaian pertanyaan kuesioner.

Sebelum alat ukur atau kuesioner itu dipergunakan juga telah dilaksanakan uji coba di lapangan. Responden yang digunakan adalah responden yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan responden penelitian. Jumlah responden uji coba adalah 30 orang (Notoatmodjo,2010)

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam suatu penelitian yang melibatkan skala non metrik sebaiknya menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument penelitan. Kuesioner dikatakan valid jika antar butir pertanyaan memiliki keterkaitan. Koefisien korelasi antar butir pertanyaan menggunakan rumus korelasi *product moment* dari Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n x_i y_i - n \bar{x} \bar{y}}{\sqrt{(\sum_{i=1}^n x_i^2 - n \bar{x}^2)(\sum_{i=1}^n y_i^2 - n \bar{y}^2)}}$$

di mana: r = koefisien korelasi *product moment*

n = jumlah responden

x_i = skor jawaban

y_i = total skor jawaban

Instrumen penelitian dikatakan valid apabila $r \geq 0.3$ (Yitnosumarto, 1993).

Uji reliabilitas menunjukkan keandalan instrumen penelitian. Apabila data benar sesuai dengan kenyataan, maka hasilnya akan tetap sama meskipun berulang kali diambil. Pengukuran reliabilitas menggunakan *cronbach alpha* dengan rumus sebagai berikut.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_j^2}{S_r^2} \right]$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas antar dua butir pertanyaan

k = banyak butir pertanyaan

$$S_j^2 = \text{ragam skor butir pertanyaan ke-I} \rightarrow S_j^2 = \frac{\sum_{j=1}^n (X_{ij} - \bar{x}_j)^2}{n-1}$$

$$S_r^2 = \text{ragam skor total} \rightarrow S_r^2 = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^a (Y_{ij} - \bar{y}_{..})^2}{na-1}$$

Instrumen penelitian (kuesioner) dinyatakan reliabel bila nilai $\alpha \geq 0.6$

H. Analisis Data

Untuk menganalisa data primer dari responden yang terkumpul, penulis menggunakan teknik analisis cluster hierarki, dengan pendekatan interdependensi yaitu pendekatan yang benar-benar independen dari variabel terikat, dimana segmentasi dibentuk semata-mata berdasarkan karakter- karakter/variabel-variabel bebas yang relatif homogen dari para responden/konsumen. Interdependensi analisis multivariat melibatkan analisis secara serentak dari semua variabel dalam satu kumpulan, tanpa

membedakan antara variabel terikat ataupun variabel bebas yang berguna dalam memberikan makna terhadap sekelompok variabel tersebut atau membuat kelompok-kelompok secara bersama-sama (Kasali, 2003).

Analisis *cluster* termasuk dalam analisis multivariat yaitu analisis statistik, akan tetapi konsep variat dalam hal ini berbeda dari konsep variat teknik-teknik multivariat lainnya. Kalau pada teknik-teknik lain variat diartikan sebagai kombinasi linier berbagai variabel, sedangkan dalam analisis *cluster*, variat diartikan sebagai sejumlah variabel (yang dianggap sebagai karakteristik) yang dipakai untuk membandingkan sebuah obyek dengan obyek lainnya. Jadi dalam analisis *cluster*, tidak dilakukan pencarian nilai variat secara empiris, sebagaimana pada teknik-teknik multivariat lainnya tetapi tujuan utama analisis *cluster* adalah untuk menempatkan sekumpulan obyek ke dalam dua atau lebih *cluster* berdasarkan kesamaan-kesamaan obyek atas dasar berbagai karakteristik (Simamora,2005).

Analisis *cluster* dapat digunakan untuk data variabel berskala campuran (metrik dan nonmetrik). Permasalahan dalam analisis *cluster hirarki* adalah jumlah kelompok yang harus ditentukan oleh peneliti karena belum ada dasar yang kuat mengenai jumlah kelompok yang terbaik.

Langkah uji validitas *cluster* juga harus dilakukan untuk mengevaluasi hasil dari analisis *cluster* secara kuantitatif sehingga dihasilkan kelompok optimum. Kelompok optimum adalah kelompok yang mempunyai jarak yang padat antar individu dalam kelompok dan terisolasi dari kelompok lain dengan baik (Dubes and Jain, 1988 dalam Achmad Rinaldo Fernandes Adji, 2013)

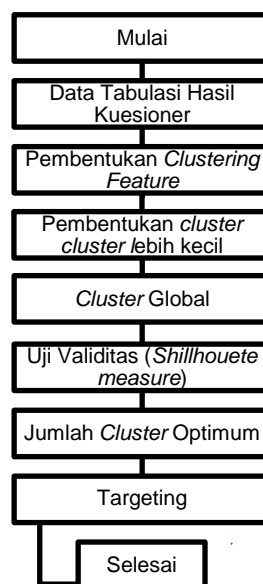
Teori dari metode analisis cluster multivariate diatas telah diketahui sejak lama sekali, tapi karena cara perhitungannya yang rumit maka jarang sekali diterapkan. Dengan berkembangnya teknologi di era informasi ini muncul aplikasi komputer seperti *Software* statistika untuk menghitung atau menganalisis data dengan metode statistik yang lebih mudah dan hasil data yang sudah komprehensif. Sehingga dengan hasil tersebut bisa membantu membuat keputusan yang lebih cepat, akurat, efisien dan terukur.

Analisis *cluster* yang berskala data campuran kategorik dan kontinue bisa diolah datanya oleh *Software* statistika dengan metode analisis *Two Step Cluster*. Selain itu, metode ini dapat secara otomatis menentukan jumlah *cluster* yang optimal. Dimana prosedur dalam pembentukan *cluster* terdiri dari dua tahapan yaitu tahap pembentukan *cluster* awal dan tahap pembentukan *cluster* optimal (Anonim, 2013).

Software statistika menyediakan menu tersendiri mengenai *direct*

marketing. Menu *direct marketing* menyediakan satu set alat yang dirancang untuk meningkatkan hasil langsung kampanye pemasaran dengan mengidentifikasi demografis, pembelian, dan karakteristik lain yang mendefinisikan berbagai kelompok konsumen dan menarget kelompok – kelompok tertentu untuk memaksimalkan tingkat respon positif. (Anonim, 2013).

Langkah langkah yang digunakan dalam analisis *Two Step Cluster direct marketing* ini dijelaskan pada diagram alur berikut, dilanjutkan *targetingnya*.



Gambar 3.1 : Diagram Alir Analisis *Cluster* pada data berskala campuran dalam proses Analisis Segmentasi dan *Targeting*

I. Tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini, langkah-langkah umum yang dilakukan adalah melalui beberapa tahapan antara lain :

1. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan adalah melakukan kegiatan observasi lokasi penelitian dan studi pustaka terhadap penelitian terdahulu. Selanjutnya melakukan penyusunan proposal tesis dengan instrumen penelitian (daftar pertanyaan kuesioner). Setelah proposal mendapatkan persetujuan dari prodi MMR UMY, selanjutnya mengajukan surat ijin penelitian kepada pihak RSUD Muhammadiyah Ponorogo.

2. Tahap Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dilakukan proses pendekatan kepada subyek dan proses pengumpulan karakteristik subyek yang diperlukan dalam suatu penelitian. Untuk itu langkah-langkah dalam pengumpulan data bergantung pada desain penelitian dan teknik instrumen yang digunakan (Nursalam, 2008). Semua data yang terkumpul merupakan data primer dan data sekunder :

- a. Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari sumber subyek penelitian yaitu pengguna jasa layanan rawat inap bukan peserta JKN di RSUD Muhammadiyah Ponorogo yang memenuhi kriteria sebagai responden. Responden mengisi

kuesioner sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan yang terdapat pada naskah kuesioner.

- b. Data sekunder adalah data tambahan yang diperoleh dari pihak lain yaitu dari telaah dokumen rekam medis RSU Muhammadiyah, data dari kantor BPJS Cabang Madiun, Badan Pusat Statistik Kota Ponorogo tahun 2015, dan dokumen terkait lainnya.
3. Tahap Pengolahan Data

Setelah data dikumpulkan, maka data tersebut dianalisis secara kuantitatif untuk memperoleh data segmentasi. Pada tahap ini, analisis dilakukan menggunakan metode analisis *Two Step Cluster direct marketing*.

Selanjutnya untuk pembahasan penentuan sasaran/target dilakukan berdasarkan 3 hasil cluster yang terbesar dan pembahasannya atas dasar interpretasi peneliti.

4. Tahap Penyelesaian

Data yang telah terkumpul disajikan dalam bentuk uraian kemudian disusun sehingga menjadi laporan yang terkemas menjadi tesis

J. Etika Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek (responden) adalah pasien (manusia), maka sebelum dilakukan penelitian akan diajukan terlebih dahulu persetujuan etik dari komite yang membidangi etik penelitian. Untuk itu dilakukan pengajuan surat keterangan etika penelitian kepada komisi yang berwenang, dalam hal ini Komisi Etik Penelitian Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan telah mendapatkan *ethical approval* nomor: 371/EP-FKIK-UMY/VI/2017.