

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Rancangan Penelitian

Jenis Penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan rancangan *cross sectional*. Penelitian ini merupakan penelitian observasional yang bersifat deskriptif dan analitik. Metode yang digunakan adalah *Contingent Valuation Method* (CVM).

Contingent Valuation Method (CVM) merupakan suatu metode untuk penilaian produk yang tidak memiliki harga pasar. Nilai tersebut diestimasi dengan suatu metode yang diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pengambil keputusan yang diperlukan untuk mengetahui biaya dan manfaat dari suatu program perbaikan kualitas atau aktivitas (Sofyan dan Soemarno, 2011).

Dalam penerapannya di lapangan, metode ini umumnya menampilkan suatu pasar hipotetik dengan menunjukkan perubahan dalam suatu program yang tersusun dalam suatu kuesioner. Dengan pasar hipotetik, responden akan ditanya berapa WTP yang bersedia mereka keluarkan untuk mendapatkan peningkatan pelayanan. CVM menganggap WTP yang disebutkan responden dalam pasar hipotetik dapat menjadi tolak ukur terhadap penilaian konsumen dalam situasi pasar yang sebenarnya (Pavel *et al*, 2015).

Menurut Sofyan dan Soemarno (2011), tahapan dalam CVM antara lain adalah memilih teknik wawancara, membuat kuesioner, menentukan sampel,

memilih cara penyampaian pertanyaan, menganalisa data, memeriksa keakuratan hasil, dan menarik kesimpulan dari hasil.

Menurut Hanley dan Spash (1993), implementasi CVM dapat dibagi dalam enam tahap pekerjaan, yaitu :

1. Membangun pasar hipotetik

Pembangunan pasar hipotetik dengan menguraikan secara jelas suatu skenario dalam instrumen penelitian (kuisisioner) sehingga responden dapat memahami produk yang dipertanyakan atau ditawarkan. Kuisisioner juga menguraikan apakah konsumen akan membayar sejumlah harga tertentu, serta dapat menjelaskan bagaimana keputusan tentang dilanjutkan atau tidaknya rencana kegiatan tersebut.

2. Memunculkan nilai tawaran (*bid*)

Begitu kuisisioner selesai dibuat, maka kegiatan survei dapat dilakukan dengan wawancara secara langsung (tatap muka), melalui telepon, atau melalui *e-mail*. Dalam hal ini teknik wawancara terbaik adalah dengan wawancara secara personal atau secara langsung dengan responden oleh pewawancara yang memiliki kemampuan di bidang ini serta sudah terlatih. Didalam kuisisioner, setiap responden ditanya mengenai nilai uang yang bersedia dibayarkan (WTP). Untuk mendapatkan nilai tersebut bisa menggunakan cara-cara sebagai berikut :

- a. *Direct question (open-ended question)*: Menanyakan secara langsung jumlah WTP maksimum atau minimum yang bersedia dibayarkan terhadap penawaran dengan tidak adanya nilai tawaran yang diberikan.

- b. *Bidding game* : Nilai tawaran mulai dari yang terkecil diberikan kepada responden hingga mencapai nilai WTP maksimum yang bersedia dibayarkan responden.
- c. *Closed-ended referendum* : Sebuah nilai tawaran tunggal diberikan kepada responden, baik untuk responden yang setuju ataupun yang tidak setuju dengan nilai tersebut (jawaban ya atau tidak).
- d. *Payment Card* : Suatu kisaran nilai disajikan pada sebuah kartu yang mungkin mengindikasikan tipe pengeluaran responden terhadap produk yang ditawarkan.
- e. *Discrete (Dichotomous question)*: Menanyakan kepada responden WTP yang bersedia dibayarkan untuk suatu produk dengan memberikan nilai tawaran yang jelas.

3. Menduga nilai rata-rata WTP

Setelah nilai tawaran WTP didapatkan maka segera rata-rata nilai WTP dihitung. Ukuran yang digunakan adalah nilai tengah atau median. Sebuah kurva WTP dapat diperkirakan dengan menggunakan nilai WTP sebagai variabel dependen dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tersebut sebagai variabel independen.

4. Menduga kurva nilai tawaran (*bid curve*)

5. Agregasi data

6. Evaluasi

Hanley dan Spash (1993) juga mengatakan kelemahan yang perlu diantisipasi dalam studi CVM adalah adanya bias. Studi CVM dikatakan bias jika

nilai WTP yang dihasilkan dalam studi CVM lebih rendah atau lebih tinggi dari nilai sebenarnya. Bias ini dapat terjadi oleh beberapa sebab, yaitu :

a. Bias strategi (*strategic bias*)

Bias strategi terjadi karena latar belakang produk yang bersifat *non-excludability* dalam pemanfaatannya, hal ini akan mendorong responden yang bertindak sebagai *free rider*. Ada kemungkinan seorang responden memberikan nilai WTP yang relatif kecil untuk mendukung upaya peningkatan kualitas karena merasa bahwa dia dapat menggantungkan kegiatan peningkatan kualitas tersebut kepada responden yang bersedia membayar dengan harga tinggi. Cara mengurangi bias strategi ini adalah melalui penjelasan bahwa hal tersebut tidak dibenarkan karena semua orang akan membayar nilai tawaran rata-rata, menyembunyikan nilai tawaran responden lain, menggunakan tiga bentuk skenario, serta menggunakan *open-ended question*. Hal ini akan mendorong responden untuk memberikan nilai WTP yang benar.

b. Bias rancangan (*design bias*)

Rancangan studi CVM mencakup cara informasi disajikan, instruksi yang diberikan, format pertanyaan, dan jumlah serta tipe informasi yang disajikan kepada responden. Beberapa hal dalam rancangan survei yang dapat mempengaruhi responden adalah :

- Bias ongkos karcis kendaraan. Hal ini dapat dikurangi dengan cara menghindari bentuk pembayaran dalam hal ini.
- Bias titik awal. Pada *bidding games*, titik awal yang diberikan kepada responden dapat mempengaruhi nilai tawaran (*bid*) yang diberikan. Cara

mengurangi bias ini adalah dengan tidak memberikan petunjuk tentang nilai WTP yang diharapkan.

- Sifat informasi yang disampaikan. Tanggapan responden dapat dipengaruhi oleh pasar hipotesis maupun komoditi spesifik yang diinformasikan pada saat survei. Informasi yang memperbaiki pengetahuan responden mengenai karakteristik produk yang dinilai dapat dipandang sebagai penyampaian informasi sebuah keputusan konsumsi. Sedangkan informasi yang dapat merubah preferensi responden dapat dianggap menciptakan bias.

c. *Bias mental account*

Hal ini terkait dengan langkah pengambilan keputusan seorang responden dalam memutuskan seberapa besar pendapatan, kekayaan dan waktunya dihabiskan untuk suatu produk tertentu dalam kurun waktu tertentu.

d. *Kesalahan pasar hipotesis (hypothetical market error).*

Kesalahan pasar hipotesis terjadi jika fakta yang ditanyakan kepada responden didalam pasar hipotesis membuat tanggapan responden berbeda dengan konsep yang diinginkan peneliti sehingga nilai WTP yang dihasilkan menjadi berbeda dengan nilai sesungguhnya. Hal ini disebabkan oleh karena studi CVM tidak berhadapan dengan perdagangan aktual. Terjadinya bias hipotesis bergantung pada bagaimana pertanyaan disampaikan, seberapa realistis responden merasakan pasar hipotesis akan terjadi, dan bagaimana format WTP digunakan.

Kelebihan CVM dari teknik valuasi yang lain adalah kapasitas CVM yang dapat menduga nilai bukan manfaat (*non-use value*). Responden juga dapat dipisahkan ke dalam kelompok pengguna dan non-pengguna sesuai dengan

informasi yang didapatkan dari wawancara. Hal ini memungkinkan nilai tawaran pengguna dan non pengguna secara terpisah.

B. Subjek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pasien klinik spesialistik di Klinik Utama Asri Medical Center Yogyakarta. Klinik spesialistik melingkupi klinik obstetri-ginekologi, klinik ilmu penyakit dalam, klinik ilmu penyakit kulit dan kelamin, dan klinik ilmu kesehatan anak.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah seluruh pasien klinik spesialistik di Klinik Utama Asri Medical Center Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah pasien yang berkunjung di klinik spesialistik di Klinik Utama Asri Medical Center Yogyakarta. Pada penelitian ini, rata-rata jumlah pasien pengunjung klinik spesialistik di Klinik Utama Asri Medical Center Yogyakarta belum diketahui sehingga untuk menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan digunakan rumus sebagai berikut (Lemeshow, 1997):

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pq}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

$p = \text{proporsi poin } p = q = 0,5$ karena mempunyai nilai tertinggi

$q = 1-p = 0,5$

$z = \text{Standar deviasi}(1,96)$ karena tingkat kepercayaan dipilih 95%

$d^2 = \text{tingkat kepercayaan/ketepatan yang diinginkan}$

Dengan rumus di atas maka besar sampel minimum adalah :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil adalah 97 orang.

Keterangan :

$n = \text{jumlah sampel minimal}$

$p = \text{proporsi pasien}$

$d = \text{tingkat presisi/deviasi}$

D. Cara Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan cara probabilitas, dimana probabilitas elemen dalam populasi untuk terpilih sebagai subyek sampel telah diketahui. Desain pengambilan sampel adalah *simple random sampling* dimana setiap elemen memiliki kesempatan yang sama dengan yang lain untuk dipilih menjadi anggota sampel.

E. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Adapun kriteria inklusi dan eksklusi dari responden yang dapat menjadi sampel penelitian adalah:

1. Kriteria inklusi

- a. Semua pasien pengunjung klinik spesialisik di Asri Medical Center Yogyakarta
- b. Bersedia mengisi kuesioner
- c. Pasien dalam kondisi sadar dan dapat melakukan komunikasi dengan baik
- d. Berumur 17 tahun ke atas
- e. Pasien anak dapat diwakilkan oleh orang tua/ wali yang berusia di atas 17 tahun.
- f. Pasien tidak menggunakan asuransi untuk membayar biaya pengobatan.

2. Kriteria eksklusi

Pasien yang tidak sadar, memiliki penyakit mental, tidak dapat baca tulis, dan pasien yang menggunakan asuransi untuk membayar biaya pengobatan.

F. Variabel Penelitian

1. Variabel bebas

- a. Umur
- b. Tingkat pendidikan
- c. Jumlah pendapatan

d. Kepuasan terhadap pelayanan

2. Variabel tergantung

Tingkat keinginan pasien untuk membayar (*Willingness to Pay*).

G. Definisi Operasional

1. *Willingness to Pay (WTP)* adalah keinginan atau kesediaan membayar yang dimiliki seseorang untuk mendapatkan jasa/produk atau menghindari kondisi tertentu di masa yang akan datang. WTP dalam hal ini menanyakan sejauh mana kesediaan individu membayar untuk pelayanan kesehatan yang diterima.
2. *Contingent Valuation Method (CVM)* adalah metode perhitungan secara langsung untuk memperkirakan WTP konsumen terhadap suatu jasa/produk, dalam hal ini langsung menanyakan kesediaan untuk membayar (WTP) kepada suatu pelayanan jasa kesehatan yang penekanannya pada standar nilai uang.
3. Pasar hipotesis adalah *artificial market* atau pasar rekaan yang dibangun untuk memunculkan suatu pasar/masalah yang menimbulkan nilai tawar. Pasar hipotesis disini dimunculkan pada skenario kuisisioner.

H. Instrumen Penelitian

1. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner terstruktur yang berisi pernyataan yang harus diisi oleh responden. Kuesioner terdiri dari tiga bagian yaitu:

- a. *Informed consent* yang menyatakan bahwa responden bersedia mengisi kuesioner.
- b. Identitas responden, pertanyaan tentang karakteristik sosial demografi responden seperti usia, pendapatan, pendidikan, tingkat kepuasan responden terhadap pelayanan.
- c. Pertanyaan tentang WTP yang diteliti berupa skenario.

Dalam penelitian ini tahapannya antara lain adalah membangun pasar hipotetik, yaitu skenario kegiatan diuraikan secara jelas dalam instrumen (kuesioner) sehingga responden dapat memahami benda atau produk yang dipertanyakan. Kuesioner juga harus menguraikan apakah responden akan membayar sejumlah harga tertentu, dan menjelaskan bagaimanakah keputusan tentang dilanjutkan atau tidaknya rencana tersebut untuk memunculkan nilai tawaran (*bid*). Setelah nilai tawaran didapatkan maka rata-rata nilai WTP dapat dihitung, sehingga dapat dibuat kurva nilai tawaran (*bid curve*). Kemudian lakukan agregasi data dan evaluasi.

2. Uji instrument penelitian

a. Validitas

Pengukuran validitas kuesioner tes dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam penelitian uji validitas akan dapat dipakai untuk memilah item-item pertanyaan yang relevan untuk dianalisis. Uji validitas dilakukan dengan cara berdiskusi dengan pihak manajemen di Klinik Utama Asri Medical Center Yogyakarta.

b. Reliabilitas

Reliabilitas adalah kestabilan alat ukur. Suatu alat ukur dapat dikatakan reliabel bila dapat memberikan hasil yang sama pada saat dipakai untuk mengukur ulang obyek yang sama. Uji ini hanya dilakukan pada item pernyataan yang dinyatakan valid dalam uji validitas. Untuk menguji realibilitas data dan metode survei dapat dilakukan dengan salah satu cara berikut :

- Pemeriksaan internal yang meliputi nilai awal penawaran WTP, prosedur *elicitation*, pengaruh lama waktu yg diberikan untuk berpikir, cara penyampaian pertanyaan, banyaknya informasi yang diberikan.
- Kuesioner diberikan kepada beberapa responden terlebih dahulu.
- Hasil dari analisis multivariat yang menunjukkan hasil adanya korelasi yang sesuai dengan yang diperkirakan.
- Membandingkan valuasi CVM dengan metode valuasi lain.

I. Alur Penelitian

1. Tahap persiapan

- a. Konsultasi dengan pembimbing tesis tentang tinjauan pustaka yang dipakai sebagai dasar penyusunan proposal penelitian dan persiapan pengumpulan data
- b. Menghubungi pihak Klinik Utama Asri Medical Center Yogyakarta untuk penyelesaian administrasi dan perizinan penelitian

2. Tahap pelaksanaan

- a. Melaksanakan wawancara dengan pihak manajemen dan petugas Klinik Utama Asri Medical Center Yogyakarta.
- b. Hasil wawancara dituangkan dalam bentuk kuesioner
- c. Melaksanakan uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner.
- d. Melaksanakan penelitian dengan menggunakan pertanyaan kuesioner yang valid dan reliabel.

3. Tahap Pengumpulan Data

Kuesioner yang disebarakan kepada responden kemudian dikumpulkan kembali.

4. Tahap pengolahan data

Tahapan dalam pengolahan data penelitian adalah *editing*, *coding*, *entry*, dan *cleaning* data.

a. Editing

Editing adalah meneliti kembali data yang terkumpul untuk mengetahui apakah data yang terkumpul cukup baik sehingga dapat meningkatkan mutu data yang hendak diolah dan dianalisis.

b. Coding

Koding adalah memberikan kode berkenaan dengan memberikan nomor atau simbol lainnya bagi jawaban-jawaban yang masuk sehingga jawaban dapat dikelompok ke dalam sejumlah kelas atau kategori yang terbatas. Koding dilakukan untuk memberikan kode pada atribut dari variabel untuk memudahkan analisa.

c. Entry Data

Entry Data proses memasukan data, mengubah informasi yang dikumpulkan oleh metode primer dan sekunder ke dalam bentuk media. Proses pemindahan data dalam media komputer agar

d. Cleaning data

Data yang telah dimasukan akan diperiksa kembali untuk memastikan bahwa data bersih dari kesalahan, baik kesalahan dalam pengkodean ataupun membaca kode sehingga siap dianalisis.

J. Analisis Data

1. Analisis Univariat

Analisis univariat menggunakan analisis persentase dari seluruh responden yang diambil dalam penelitian, dimana akan menggambarkan

bagaimana komposisinya ditinjau dari beberapa segi sehingga dapat dianalisis karakteristik responden. Analisis univariat dilakukan untuk menganalisis variabel-variabel karakteristik individu yang ada secara deskriptif dengan menggunakan distribusi frekwensi dan proporsinya. Analisis univariat pada penelitian ini dilakukan pada variabel penelitian yang meliputi: 1) karakteristik sosial demografis pasien yang terdiri dari umur, tingkat pendidikan, jumlah pendapatan, tabungan, jenis pekerjaan, jumlah anggota keluarga yang ditanggung dan tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan fasilitas kesehatan; 2) *Willingnes to Pay* yaitu kesediaan atau keinginan pasien untuk membayar.

2. Analisis Multivariat

Pengujian hipotesis dilakukan secara *multivariate* dengan menggunakan regresi logistik. Regresi logistik digunakan karena dalam penelitian ini variabel terikatnya berupa data dikotomik/biner. Variabel yang dikotomik/biner adalah variabel yang hanya mempunyai dua kategori saja, yaitu kategori yang menyatakan kejadian sukses ($Y=1$) dan kategori yang menyatakan kejadian gagal ($Y=0$).

Model *logistic regression* yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$\ln(p/(1-p)) = \beta_0 + \beta_1 \text{umur} + \beta_2 \text{tanggungan} + \beta_3 \text{pendidikan} + \beta_4 \text{pendapatan} \\ + \beta_5 \text{jarak} + \beta_6 \text{kepuasan} + e$$

Keterangan:

$\ln(p/(1-p))$ = Simbol yang menunjukkan probabilitas WTP

$\beta_1 - \beta_6$ = Koefisien regresi

e = *error term*

Pengujian hipotesis menggunakan regresi logistik meliputi langkah-langkah sebagai berikut (Ghozali, 2011):

a. Pengujian kelayakan model regresi

Pengujian kelayakan model regresi dilakukan dengan menggunakan *Goodness of fit test* yang diukur dengan nilai *Chi-Square* pada bagian bawah uji *Hosmer and Lemeshow*. Model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya apabila tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati, ditunjukkan dengan nilai sig (*p-value*) > 0,05 (Ghozali, 2011).

b. Menilai *model fit*

Pengujian *model fit* dengan membandingkan nilai antara *-2 Log Likelihood* (-2LL) pada awal (*Block Number=0*) dengan nilai *-2 Log Likelihood* (-2LL) pada akhir (*Block Number=1*). Adanya pengurangan nilai antara -2LL awal (*initial -2LL function*) dengan nilai -2LL pada langkah berikutnya (-2LL akhir) menunjukkan bahwa model yang dihipotesiskan *fit* dengan data (Ghozali, 2011).

c. Koefisien determinasi

Nilai *Nagelkerke R square* dapat diinterpretasikan seperti nilai *R square* pada regresi berganda (Ghozali, 2011). Koefisien determinasi menunjukkan prosentase besarnya pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dari 1 sampai 1. Semakin mendekati nol, maka semakin kecil pengaruhnya

sebaliknya semakin mendekati satu maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

d. Matriks klasifikasi

Matriks klasifikasi menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan ketepatan waktu pelaporan keuangan.

e. Menguji koefisien regresi

Pengujian Hipotesis dengan *logistic regression* menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Jika $\text{Sig.} \leq \alpha$ (0,05) dan koefisien searah dengan hipotesis, maka hipotesis diterima.
- Jika $\text{Sig.} > \alpha$ (0,05) dan atau koefisien tidak searah dengan hipotesis, maka hipotesis ditolak.

K. Etika Penelitian

Semua data yang diperoleh dari responden, baik data pribadi dan jawaban kuesioner, dijaga kerahasiannya dan tidak digunakan untuk penelitian atau kepentingan lain di luar penelitian ini.