ADLN Perpustakaan Universitas
Airlangga

RINGKASAN EKSEKUTIF

Latar belakang penelitian ini adalah adanya peningkatan kejadian penyakit kanker yang cukup tajam di Indonesia yang patut dipikirkan penanganannya. Pada pengobatan penyakit kanker sering timbul penolakan yang mungkin disebabkan oleh ketidak sesuaian produk layanan dengan *customer's value*. Kejadian di Klinik onkologi Surabaya (KOS) adalah terjadinya fluktuasi kepatuhan terhadap saran pengobatan.

Rumusan masalah penelitian ini: 1. Bagaimanakah karakteristik: demografi, sosio-ekonomi dan psikografi pasien kanker payudara di KOS?; 2. Bagaimanakah harapan dan kebutuhan pasien terhadap penanganan kanker payudara.?; 4. Bagaimanakah nilai (*value*) pasien kanker payudara terhadap penanganan penyakitnya?; 4. Bagaimanakah kesesuaian penanganan kanker payudara (nilai produk) di KOS dengan nilai (*value*) pasien?; 5. Bagaimanakah peran *provider* yang dibutuhkan pasien kanker payudara?; 6. Bagaimana model penanganan kanker payudara yang sesuai dengan Harapan pasien, Kebutuhan pasien, Persepsi pasien terhadap penanganan kanker payudara di KOS dan nilai (*value*) pasien dalam mengatasi penolakan penggunaan produk layanan di KOS?

Tujuan umum penelitian ini adalah mengetahui *customer's value* pada penderita kanker payudara dalam upaya merancang produk layanan yang dapat diterima oleh pasien dan tetap mengikuti standar medis di Klinik Onkologi Surabaya. Sedangkan tujuan khususnya: 1. Mengidentifikasi karakteristik: demografi, sosio-ekonomi dan psikografi pasien kanker payudara di KOS; 2. Mengidentifikasi nilai (*value*) yang dimiliki pasien berdasarkan karakteristik: demografi, sosio-ekonomi dan psikografi melalui perwujudan keputusan mengikuti saran terapi di KOS; 3. Mengidentifikasi harapan dan kebutuhan pasien terhadap produk penanganan kanker payudara; 4. Mengidentifikasi persepsi pasien terhadap nilai produk penanganan kanker payudara di KOS; 5. Mempelajari kesesuaian antara nilai (*value*) produk layanan KOS dengan nilai pasien (*cutomer value*) terhadap penanganan kanker payudara, 6. Mengidentifikasi peran *provider* yang dibutuhkan pasien KOS berdasarkan *customer valu*, 7. Menyusun rancangan produk layanan yang memenuhi kriteria *customer's value*.

Studi observasional yang bersifat deskriptif kualitatif ini dilakukan di KOS dengan sumber informasi: pasien dengan jumlah sampel sebesar 80 dan petugas yang terdiri dari dokter, paramedis, petugas counter dilakukan pada total populasi. Instrumen penelitian adalah kuesioner dengan panduan melalui teknik indepth interview bagi pasien dan kuesioner terbuka untuk petugas. Penelitian dilakukan selama 4 bulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 36,25% responden mempunyai nilai hidup untuk diri sendiri dan 63,75% untuk kelompok, sedangkan untuk nilai kebutuhan kesehatan, 60% menyatakan butuh dan peduli, sementara 40% tidak peduli. Untuk petugas secara umum mengetahu adanya fungsi produk, kualitas produk dan aksesori produk serta dapat mengenali adanya *customer's value* yang akan membedakan kebutuhan masing-masing pasien.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa pengeahuan tentang *customer's value* sangat membantu keberhasilan suatu produk layanan agar dapat diterima pasien dan harus menjadi landasan dalam merancang suatu produk layanan.

ADLN Perpustakaan Universitas
Airlangga

TESIS

UPAYA PENYUSUNAN PRODUK LAYANAN PENANGANAN KANKER PAYUDARA BERDASARKAN PENDEKATAN CUSTOMER VALUE DI KLINIK ONKOLOGI SURABAYA

KK
TKA 09/07
Nug
u

ESTININGTYAS NUGRAHENI

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2006