

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini pengobatan sendiri makin populer di masyarakat. Hal ini disebabkan ketersediaan obat bebas yakni obat-obatan yang dapat diperoleh secara bebas diberbagai apotek, toko obat, dan warung. Berdasarkan hasil survei sosial ekonomi nasional (SUSENAS) tahun 2019 mencatat bahwa terdapat 66% orang sakit di Indonesia yang melakukan pengobatan sendiri. Tercatat bahwa ada 30% konsumen Indonesia yang pernah dan biasa melakukan pengobatan sendiri dan persepan sendiri (termasuk pembelian obat bebas). Berdasarkan Badan Pusat Statistik pada tahun 2021 di Provinsi Jawa Tengah penduduk yang melakukan pengobatan sendiri sebanyak 83,91% (BPS, 2021). Pada umumnya pengobatan sendiri dilakukan untuk mengatasi penyakit ringan, seperti demam, nyeri, batuk, flu, diare, maag serta beberapa jenis penyakit kulit. Pengobatan sendiri dapat menjadi alternatif yang diambil masyarakat untuk meningkatkan keterjangkauan pengobatan (Utaminigrum *et al.*, 2015). Pengobatan sendiri yang benar masih rendah karena umumnya masyarakat membeli obat secara eceran sehingga tidak dapat membaca keterangan yang tercantum pada kemasan obat (Suarni *et al.*, 2014).

Obat bebas dapat dibeli secara bebas di toko obat karena obat ini aman dan efektif dan jika mengikuti petunjuk pada label dan petunjuk apoteker. Umumnya obat ini dikonsumsi untuk mengobati gejala ringan yang tidak memerlukan perhatian medis. Sakit, gatal, sakit gigi, sakit kepala. Terdapat

banyak jenis obat bebas yang dijual dipasaran dan memudahkan seseorang melakukan pengobatan sendiri (swamedikasi) terhadap keluhan dan penyakit yang sedang dirasakan. Masyarakat seringkali mendapatkan informasi obat melalui orang keorang dan iklan, baik dari media cetak maupun elektronik yang merupakan jenis informasi paling berkesan sangat mudah ditangkap (Sianipar & Thaib, 2020).

Penelitian yang dilakukan Maria Oktavia Wea (2019), menyatakan bahwa Faktor yang paling mempengaruhi preferensi terhadap obat sintetik adalah faktor psikologi (persepsi) dan faktor sosial (informasi), sedangkan faktor yang paling mempengaruhi preferensi terhadap obat tradisional adalah faktor psikologis (persepsi) dan faktor pribadi (pendapatan) (Wea, 2019).

Pada tahun 2012, terdapat penelitian yang menunjukkan faktor yang memengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian obat bebas di Jakarta. Terdapat tujuh faktor yang memengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan obat bebas yaitu promosi, efektivitas, keamanan (*safety*), jaminan (*warranty*), merek (*brand*), harga dan ketersediaan, serta kemasan desain. Faktor yang paling penting bagi konsumen dan desain kemasan menjadi pertimbangan yang tidak penting bagi konsumen dalam memilih obat bebas (Rafiq, 2012).

Perusahaan farmasi perlu memiliki strategi yang jitu untuk dapat memenangkan persaingan yang makin ketat di pasar obat bebas. Salah satunya adalah mengenali dengan baik dan menerjemahkan kebutuhan konsumen melalui produk. Hal ini menjadi semakin penting melihat pasar obat bebas

memiliki karakteristik yang berbeda dengan pasar obat resep (*ethical*). Dipasar obat resep (*ethical*) peran dokter sangat krusial dengan menentukan obat yang harus dikonsumsi oleh pasien. Namun di pasar obat bebas konsumen memiliki kemampuan dan kesempatan memilih yang lebih besar.

Menurut laporan yang dikeluarkan oleh Euromonitor (2016), tren yang ada sekarang telah menunjukkan kenaikan tingkat kesadaran akan kesehatan pada masyarakat Indonesia di golongan menengah ke atas. Hal ini disebabkan oleh tingginya konsumsi vitamin dan suplemen. Kenaikan konsumsi vitamin dan suplemen kesehatan ini tidak terlepas dari banyaknya iklan produk kesehatan baik secara luring maupun daring. Iklan-iklan produk ini selanjutnya akan disebut sebagai iklan produk langsung (*direct to consumer advertising*) (Atmadja *et al.*, 2019). Konsumen akan memilih obat yang paling dapat menjawab kebutuhannya. Penelitian sebelumnya menunjukkan terdapat pengaruh konsumsi obat bebas pada umur, tingkat Pendidikan, tingkat pengetahuan, pekerjaan dan iklan dapat mempengaruhi terhadap konsumsi obat bebas (Febrianti, 2019).

Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian obat bebas yaitu dari segi efektifitas atau kemanjuran, kecepatan obat, dan efek samping obat dalam menyembuhkan sakit (Rizal, 2019). Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan pengkajian dari faktor lain seperti, harga, efektifitas obat, desain kemasan, merek obat, dan rekomendasi dari pihak lain dengan judul gambaran faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap pembelian obat bebas di Apotek "X" Surakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah gambaran faktor apa saja yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap pembelian obat bebas di Apotek “X” Surakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka, tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui gambaran faktor apa saja yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap pembelian obat bebas tanpa resep dokter di apotek X di kota Sukoharjo?

1.4 Manfaat Penelitian

4.4.1 Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah wawasan bagi peneliti dalam menerapkan ilmu dan memberikan solusi mengenai pembelian obat bebas di apotek tanpa resep dokter yang baik di masyarakat.

4.4.2 Bagi Universitas

Menambah referensi bagi perpustakaan dan menjadi data untuk penelitian selanjutnya dan menambah pengetahuan baik teori maupun praktek dan dapat dijadikan bahan referensi untuk lebih lanjut.

4.4.3 Manfaat bagi Masyarakat

Memberikan informasi kepada masyarakat tentang gambaran faktor pembelian obat bebas di apotek tanpa resep dokter.

