

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesehatan salah satu faktor paling penting dalam kehidupan individu. Masalah kesehatan di masyarakat mendorong munculnya perilaku dan tindakan tertentu. Saat seseorang mengalami sakit, mereka akan berusaha untuk memulihkan kesehatan mereka dengan segala cara. Beragam usaha yang biasanya dilakukan ketika mengalami suatu penyakit mencakup mengobati sendiri (dengan membeli obat di toko atau apotek), pergi ke pelayanan kesehatan, atau mencoba pengobatan tradisional¹. Layanan kesehatan juga mencakup aspek pencegahan, pengobatan, rehabilitasi, dan edukasi yang penting untuk mencapai masyarakat yang lebih sehat secara keseluruhan¹.

Dalam layanan kesehatan, bidang farmasi berperan penting untuk melakukan pelayanan kefarmasian. Terlampir dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 Tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di apotek pelayanan, bahwa saat ini apotek telah beralih fokus dari *drug oriented* ke *patient oriented* yang lebih mengutamakan pasien, atau yang sering disebut dengan *Pharmaceutical Care*³. *Pharmaceutical Care* menekankan kolaborasi di antara penyedia layanan kesehatan untuk mengoptimalkan hasil bagi pasien. Dimulai dengan penilaian komprehensif terhadap kebutuhan terkait obat dan status kesehatan pasien⁴.

Pengobatan mandiri adalah langkah yang paling sering diambil oleh orang-orang sebelum mereka akhirnya memilih untuk berkonsultasi dengan dokter². Menurut Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2023 sekitar 79,74% pengobatan mandiri atau swamedikasi³. Pengobatan mandiri memiliki beberapa keuntungan yaitu efisiensi waktu yang cepat, mudah dijangkau dan tidak menghambat aktivitas⁴. Selain memiliki keuntungan swamedikasi juga memiliki beberapa kerugian, antara lain menimbulkan efek samping yang tidak diinginkan⁴. Kemudian ketidaktepatan dalam pengobatan, tidak tepat dosis, serta ketidaksesuaian antara obat yang digunakan dengan indikasi penyakit⁴.

Perkembangan internet telah memengaruhi setiap aspek kehidupan termasuk cara seseorang memenuhi kebutuhan kesehatan. Inovasi lewat platform

e-commerce mendorong apotek untuk mengadopsi model bisnis secara online, memanfaatkan teknologi informasi untuk mempromosikan dan menjual obat secara online, memperluas wilayah pemasaran, serta memberikan solusi bagi konsumen di daerah terpencil ⁴. Industri farmasi adalah salah satu sektor bisnis yang telah secara luas menggunakan aplikasi berbasis internet, salah satunya terlihat dengan munculnya banyak apotek online. Apotek online ini beroperasi di berbagai *platform* aplikasi terkenal, dalam berupa web maupun mobile (android dan ios), *merchant marketplace* (Tokopedia, Shopee, dan lain-lain) dan aplikasi kesehatan (Halodoc, Alodokter, K24, Medicastore, dan sebagainya) ⁵. Tren ini menunjukkan meningkatnya ketergantungan pada *platform-platform* tersebut, di mana manfaat yang dirasakan dianggap jauh melebihi potensi risikonya. Mencerminkan sikap penerimaan yang positif serta bertambahnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan kesehatan digital ⁴.

Dalam swamedikasi, masyarakat tidak hanya membeli obat di apotek konvensional saja. E-farmasi kini telah menjadi salah satu layanan penting dalam sistem kesehatan di seluruh dunia. Selama pandemi, terjadi peningkatan yang signifikan dalam pembelian obat melalui apotek online yaitu mencapai 31,2% ⁴. Beberapa konsumen memiliki alasan yang berbeda dalam memilih obat secara online di *platform digital*. Pembelian secara online melalui *platform digital* memiliki beberapa keuntungan, berdasarkan penelitian sebelumnya keuntungan tersebut adalah kemudahan akses, keamanan transaksi, efisiensi waktu dan kepercayaan terhadap *platform digital* ⁶.

Selain memiliki beberapa keuntungan pembelian obat melalui *platform digital* memiliki keterbatasan risiko obat palsu dan munculnya efek samping yang tidak diinginkan ⁷. Berdasarkan *European Alliance for Access to Safe Medicines* (EAASM) bahwa 62% obat yang dijual palsu dan tidak memenuhi standar ⁸. Pembelian obat secara *offline* memiliki keunggulan yang signifikan dibandingkan dengan pembelian obat melalui *platform digital*, berdasarkan penelitian sebelumnya hasil dari keputusan masyarakat membeli obat secara *offline* yaitu 26% aspek keandalan, 22% ketelitian, 35% kepercayaan obat tidak palsu dan 63% dapat memeriksa produk secara langsung ⁴. Berdasarkan uraian tersebut, menunjukkan bahwa salah pemilihan obat sering terjadi dalam pembelian obat melalui *platform digital*, dibandingkan dengan melakukan pembelian obat secara *offline* ⁴.

Berdasarkan penelitian sebelumnya di kota DKI Jakarta faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli obat secara *online* adalah faktor harga, distribusi, dan promosi ⁴. Penelitian di kota Bandung belum pernah dilakukan sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat yang berkunjung di RS Advent Bandung dalam pembelian obat melalui *platform digital* menggunakan 4 aspek (produk, harga, tempat dan promosi). Hal ini didasari oleh hasil tingkat penetrasi internet yang tinggi di kota Bandung berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet mencapai 85 persen, naik dari 81–82 persen sebelumnya ⁴.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh faktor produk terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian obat melalui platform digital?
2. Bagaimana pengaruh faktor harga terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian obat melalui platform digital?
3. Bagaimana pengaruh faktor tempat terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian obat melalui platform digital?
4. Bagaimana pengaruh faktor promosi terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian obat melalui platform digital?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat yang berkunjung di RS Advent Bandung dalam membeli obat melalui *platform digital*.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengkaji pengaruh faktor produk terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian obat melalui *platform digital*
2. Mengkaji pengaruh faktor harga terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian obat melalui *platform digital*
3. Mengkaji pengaruh faktor tempat terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian obat melalui *platform digital*
4. Mengkaji pengaruh faktor promosi terhadap keputusan masyarakat dalam pembelian obat melalui *platform digital*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam pembelian obat secara digital, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan.

1.4.2 Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi institusi dalam menambah referensi dan literatur ilmiah mengenai digitalisasi layanan farmasi serta perilaku konsumen di bidang kesehatan.

1.4.3 Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai faktor-faktor yang mempertimbangkan sebelum membeli obat melalui platform digital, seperti keamanan, keaslian produk, dan kepercayaan terhadap penjual.

1.5 Ruang Lingkup

Penelitian ini berfokus pada identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat yang berkunjung ke RS Advent Bandung dalam melakukan pembelian obat melalui *platform digital*. Faktor yang diteliti meliputi faktor produk, harga, tempat dan promosi, dan pernah membeli di platform digital (Ya/ Tidak) dan dimensi perilaku, serta karakteristik sosiodemografi responden yang terdiri atas usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

Subjek penelitian adalah masyarakat yang berkunjung ke RS Advent Bandung dan pernah melakukan pembelian obat melalui platform digital. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar ke responden sesuai dengan kriteria inklusi yang telah ditetapkan. Penelitian ini hanya menilai persepsi dan pengalaman responden terkait pembelian obat melalui platform digital pada saat penelitian berlangsung.

Penelitian ini tidak membahas aspek klinis penggunaan obat, efektivitas terapi, keamanan obat yang dibeli secara online, kepatuhan pengobatan, maupun aspek hukum dan regulasi perdagangan obat secara elektronik secara mendalam. Selain itu, penelitian tidak membandingkan secara langsung platform digital tertentu maupun apotek tertentu, melainkan berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian obat melalui platform digital secara umum. Batasan wilayah penelitian hanya mencakup masyarakat yang berkunjung ke

Instalasi Farmasi Rawat Jalan Rs Advent Bandung selama periode pengambilan data penelitian.