PROSIDING
Diseminasi Hasil Penelitian Dosen Program Studi Keperawatan dan Farmasi
*Volume **3** Nomor **1** Bulan **Januari** Tahun **2021 - ISSN : 2338 - 4514***

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA FARMASI DALAM PEMBELIAN OBAT TRADISIONAL SECARA *ONLINE*

FACTORS AFFECTING PHARMACY STUDENTS IN ONLINE PURCHASES OF TRADITIONAL DRUGS

Fajar Ira Juwita[1]
[1] *STIKES NOTOKUSUMO – Jl. Bener No.26, Tegalrejo, Yogyakarta*
e-mail: (fajar.ira.juwita@gmail.com)

INDEX
Kata kunci:
internet, obat tradisional, online, mahasiswa farmasi

ABSTRAK
Produk obat tradisional era sekarang dapat diperoleh dengan memanfaatan internet dan teknologi komunikasi. Pembelian secara online banyak dilakukan oleh masyarakat usia muda yaitu mahasiswa salah satunya adalah produk obat tradisional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengatahui faktor yang mempengaruhi mahasiswa farmasi dalam pembelian obat tradisional secara online. Metode penelitian adalah deskriptif dengan teknik purposive sampling pada 54 mahasiswa farmasi. Hasil penelitian adalah pemanfaatan internet banyak pada usia mahasiswa 18-25 tahun yaitu pembelian obat tradisional secara online dengan diiringi peningkatan pengetahuan tentang legalitas produk obat tradisional. Faktor yang mempengaruhi mahasiswa farmasi dalam membeli obat tradisional secara online adalah karena, produk lebih mudah dicari, harga produk lebih terjangkau, serta mengatasi jarak yang jauh antara pembeli dengan penjual obat tradisional.

Keywords:
internet, traditional drugs, online, pharmacy students

Traditional drug products of the present era can be obtained by utilizing the internet and communication technology. Online purchases are widely done by young people, namely students, one of which is traditional drug products. The purpose of the study was to find out the factors that influence pharmacy students in the online purchase of traditional drugs. The research method is descriptive with purposive sampling techniques in 54 pharmacy students. The result of the study is the utilization of the internet a lot at the age of students 18-25 years, namely the purchase of traditional medicine online accompanied by increased knowledge about the legality of traditional drug products. Factors that affect pharmacy students in buying traditional drugs online is because, products are easier to find, product prices are more affordable, and overcome the long distance between buyers and sellers of traditional drugs.

PENDAHULUAN

Obat dan obat tradisional adalah salah satu komponen penting dalam pelayanan kesehatan pada masyarakat dalam hal pencegahan sakit, pengobatan dan pemeliharaan kesehatan. Masyarakat era sekarang mengalami peningkatan pengetahuan sehingga menuntut adanya pelayanan obat yang professional, termasuk salah satunya pengadaan obat (Alfannurzuhaid et al., 2016). Obat dan obat herbal merupakan komoditi khusus, karena penggunaan nya harus dengan aturan khusus antara lain; meliputi dosis,

atuan pakai, waktu kadaluarsa dan termasuk juga legalitas produk, oleh karena itu dalam pembeliannya membutuhkan pengetahuan yang khusus (Srivastava and Wagh, 2020).

Internet sangat mengubah sikap masyarakat terhadap aspek perawatan kesehatan. Masyarakat era searang menggunakan internet untuk memahami beberapa masalah kesehatan, selain itu banyak juga yang melakukan pembelian produk obat dan obat tradisonal secara online. Pada era digitalisasi saat ini, jumlah pembelian barang secara online oleh konsumen sangat meningkat, termasuk obat dan obat tradisional (Srivastava and Wagh, 2020). Pembelian produk obat dan obat tradisional selayaknya diatur dengan aturan yang benar mengingat faktor resiko penggunaan obat yang salah di masyarakat dapat menimbulkan bahaya kesehatan yang signifikan (Alfannurzuhaid et al., 2016).

Beberapa penelitian berusaha memahami perilaku konsumen dan faktor motivasi yang mengarahkan mereka untuk berbelanja produk obat secara online. Faktor motivasi utama yang dilaporkan termasuk biaya yang lebih rendah, kenyamanan, privasi yang dirasakan, diagnosis diri, iklan langsung ke konsumen, dan pengalaman sendiri sebelumnya. Tumbuhnya pemasaran online produk herbal dan suplemen memainkan peran penting dalam perilaku pembelian konsumen. India adalah salah satu pasar herbal terbesar. Banyak perusahaan herbal India mengadopsi berbagai strategi pemasaran untuk mempromosikan produk herbal secara online (Alwhaibi et al., 2021). Penelitian ini membahas tentang alasan pembelian obat herbal secara online dan faktor yang berkontribusi terhadap pembelian produk herbal online. Studi ini akan memberikan wawasan yang akan berguna pada masyarakat tentang faktor apa yang mempengaruhi pembelian obat herbal secara online (Alwhaibi et al., 2021).

METODE

Metode penelitian adalah deskripif dimana pengambian data dilakukan dengan teknik purposive sampling yaitu penetapan sampel di antara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti (tujuan/masalah dalam penelitian). Data diperoleh dari penyebaran kuesioner menggunakan link Google Form pada mahasiswa Farmasi STIKES Notokusumo angkatan kedua dan disajikan berdasarkan frekuensi (banyaknya) atau proporsinya (persentase) (Febriadi and Nasution, 2017).

HASIL

Dari hasil kuesioner yang disebar pada mahasiswa angkatan kedua Prodi

Farmasi STIKES Notokosumo diperoleh data sebanyak 54 orang responden.

a. Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Usia	Jumlah	Persentase (%)
17-20	32	59,3%
21-25	22	40,7%
Total	54	100%

Dari hasil penelitian, responden terbanyak pada usia 17-20 tahun sebanyak 59,3% (32 responden), pada usia 21-25 tahun sebanyak 40,7% (22 responden).

b. Pengalaman responden melakukan pembelian produk herbal secara online

Tabel 2. Pengalaman responden melakukan pembelian herbal secara online

Melakukan pembelian online produk herbal	Jumlah	Persentase (%)
Pernah	42	77,7%
Belum pernah	12	22,3%
Total	54	100%

Hasil yang diperoleh pada pembelian online produk herbal dari 54 responden terdapat 77,7% pernah melakukan pembelian produk herbal secara online, dan sisa nya 38,9% belum pernah melakukan pembelian produk online.

c. Frekuensi pembelian produk herbal online pada responden yang pernah membeli produk herbal secara online

Tabel 3. Frekuensi pembelian produk herbal online pada responden yang pernah membeli produk herbal seara online

Seberapa sering membeli produk herbal online	Jumlah	Persentase (%)
Baru sekali	35	83,3%
Berulang kali (banyak)	7	16,7%
Total	42	100%

Untuk pengalaman seberapa sering pembelian produk online, terdapat 83,3% responden baru sekali melakukan pembelian produk herbal online. Dan sebanyak 16,7% sering atau berulang kali melakukan pembelian produk herbal secara online.

d. Kepercayaan responden terhadap produk herbal yang dijual secara online sudah mempunyai izin BPOM

Tabel 4. Kepercayaan responden terhadap produk herbal yang dijual secara online sudah mempunyai izin BPOM

Kepercayaan produk herbal yang dijual online sudah mempunyai izin BPOM	Jumlah	Persentase (%)
Setuju	17	31,5%
Tidak setuju	22	40,7%
Netral	15	27,8%
Total	54	100%

Hasil dari analisa kuisioner terdapat 22 responden (40,7%) tidak setuju, dan terdapat 17 responden (31,5%) memilih setuju, dan netral pada 15 responden (27,8%).

e. Alasan responden memilih membeli produk herbal online daripada datang langsung ke tempat pembeliannya atau apotek

Tabel 5. Alasan responden memilih membeli produk online daripada datang langsung ke apotek

Alasan memilih membeli produk herbal online daripada ke apotek*	Jumlah	Persentase (%)
Lokasi jauh	19	38%
Lebih murah	20	40%
Mudah mencari	21	42%
Praktis	32	64%
Menghemat waktu	1	2%
Karena produk dijual di toko online	1	2%
Lebih leluasa buat memilih produknya	1	2%

(*opsi bisa lebih dari 1)

Hasil dari penelitian menunjukan alasan responden melakukan pembelian produk herbal secara online adalah praktis sebesar 64% (32 responden), mudah mencari sebanyak 42% (21 responden), lebih murah sebanyak 40% (20 responden), lokasi jauh 38% (19 responden), lain-lain 6% (3 responden).

PEMBAHASAN

Pemanfaatan internet dan teknologi dipengaruhi oleh usia penggunanya, termasuk dalam hal pembelian obat herbal secara online. Karakeristik usia responden terbanyak pada penelitian ini adalah pada rentang usia 17-20 tahun sebesar 59,3% (tabel 1), dimana rata-rata pernah melakukan pembelian obat herbal secara online yaitu sebesar 77,77% (tabel 2), hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa usia 18 – 34 tahun adalah yang paling sering melakukan pembelian obat herbal secara online dikarenakan pada usia tersebut memiliki pendidikan sekolah menengah atau universitas serta sudah terbiasa dengan pemanfaatan teknologi komunikasi (Hancu, Ciurba and Sipos, 2015).

Dilihat dari frekuensi pembelian obat herbal, paling tidak satu kali responden pernah melakukan pembelian obat herbal secara online yaitu sebesar 83,3%, hal ini menunjukkan bahwa obat herbal merupakan komoditi yang dibutuhkan masyarakat bahkan pada usia mahasiswa. Produk obat adalah zat atau kombinasi zat yang digunakan untuk mengobati penyakit, meredakan keluhan, atau memulihkan, memperbaiki atau memodifikasi fungsi fisiologis dengan melakukan tindakan farmakologis, imunologis, atau metabolik, sedangkan pengertian dari obat tradisional sendiri adalah adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik) atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun temurun telah digunakan

untuk pengobatan, dan dapat diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat (Srivastava and Wagh, 2020)(Permenkes RI, 2012).

Sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan No. 007 tahun 2012 tentang Registrasi Obat Tradisional, menyebtkan bawa semua obat tradisional yang diedarkan di wilayah Indonesia wajib memiliki izin edar yang dkeluarkan oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Hal ini menegaskan bahwa obat tradisional yang beredar dengan kemasan termasuk pada penjualan online harus punya ijin edar. Ketentuan tentang legalitas penjualan produk tradisional ini masih menjadi hal yang awam diketahui oleh masyarakat. Pada tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden yang ada, yaitu sebanyak 22 responden (40,7%) tidak setuju atau percaya bahwa produk obat tadisional yang dibeli secara online sudah memilik ijin dari BPOM (Permenkes RI, 2012).

Faktor yang mempengaruhi seseorang saat melakukan pembelian secara online termasuk obat dan obat tradisional antara lain adalah sifatnya yang global lintas negara memungkinkan pembelian tidak hanya dalam negeri tapi juga luar negeri. Hal lain yang menjadi alasan pembelian obat tradisional secara online adalah tidak terpenuhinya kebutuhan akan obat tradisional tersebut di dunia nyata serta pengaruh dari iklan promosi obat tradisonal secara virtual melalui media sosial (Alwhaibi *et al.*, 2021). Pada tabel 5 hasil penelitan ini mencatat hal yang serupa, yaitu faktor yang mempengaruhi pembelian obat tradisional secara online oleh mahasiswa farmasi adalah 1) Kepraktisan yang artinya bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, 2) Kemudahan pencarian produk, karena pencarian dengan internet jangkauan pencarian produk obat tradisional lebih luas, 3) Harga yang terjangkau dalam arti lebih murah dibanding dengan pembelian obat tradisional secara langsung di toko obat atau apotek, 4) Mengatasi jarak yang jauh antara pembeli dan tempat pembelian obat tradisional.

KESIMPULAN

Pemanfaatan internet dan teknologi dipengaruhi oleh usia penggunanya, termasuk dalam hal pembelian obat herbal secara online. Karakeristik usia responden terbanyak pada penelitian ini adalah pada rentang usia 17-20 tahun sebesar 59,3% (tabel 1), dimana rata-rata pernah melakukan pembelian obat herbal secara online yaitu sebesar 77,77% (tabel 2), hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa usia 18 – 34 tahun adalah yang paling sering melakukan pembelian obat

herbal secara online dikarenakan pada usia tersebut memiliki pendidikan sekolah menengah atau universitas serta sudah terbiasa dengan pemanfaatan teknologi komunikasi (Hancu, Ciurba and Sipos, 2015).

DAFTAR PUSTAKA

Alfannurzuhaid, M. et al. (2016) '*tentang Pekerjaan Kefarmasiaan*', 5, pp. 1–12.

Alwhaibi, M. et al. (2021) '*Evaluating the frequency, consumers' motivation and perception of online medicinal, herbal, and health products purchase safety in Saudi Arabia'*, Saudi Pharmaceutical Journal, 29(2), pp. 166–172. doi: 10.1016/j.jsps.2020.12.017.

Febriadi, B. and Nasution, N. (2017) '*Sosialisasi Dan Pelatihan Aplikasi Google Form Sebagai Kuisioner Online Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan'*.

Hancu, G., Ciurba, A. and Sipos, E. (2015) '*Attitude Of Patients And Customers Regarding'*, (January).

Permenkes RI, (2012) *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 006 Tahun 2012 Tentang Industri Dan Usaha Obat Tradisional*.

Srivastava, R. K. and Wagh, S. (2020) '*Factors impacting consumer purchase behaviour for pharmaceutical products'*, International Journal of Healthcare Management, 13(2), pp. 113–121. doi: 10.1080/20479700.2017.1348004.