

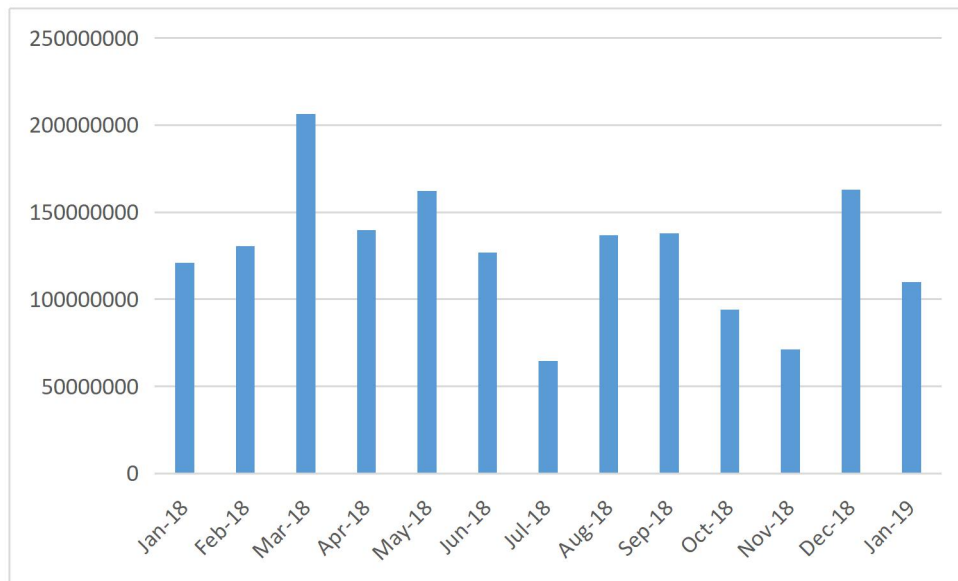
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya pengetahuan dan informasi di bidang kesehatan telah banyak mempengaruhi pola konsumsi masyarakat dalam pembelian produk maupun jasa pelayanan kesehatan. Sebagian besar masyarakat rela mengeluarkan banyak biaya lebih demi kesehatan. Pelayanan kesehatan yang bermutu merupakan bagian dari tujuan Indonesia Sehat (IS) 2010 dengan dukungan ketersediaan obat dan alat kesehatan yang memadai untuk masyarakat. Salah satu komponen yang berperan dalam membantu masalah kesehatan dan proses penyembuhan adalah obat. Peran obat dimulai dalam upaya peningkatan kesehatan, pencegahan, diagnosis, pengobatan, serta pemulihan.

Terdapat dua jenis pilihan obat untuk dikonsumsi yaitu obat paten/bermerek dan obat generik. Hingga saat sekarang ini, masyarakat masih menganggap mutu obat paten/bermerek lebih baik daripada obat generik. Konsumen cenderung lebih memilih membeli obat paten/bermerek daripada obat generik untuk dikonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan besarnya volume penjualan obat paten/bermerek yang tahun 2010 ini mencapai 91 persen dari total penjualan obat nasional yang mencapai 37 triliun rupiah. Data Depkes yang dilansir awal 2010 memperlihatkan pangsa pasar obat paten/bermerek meningkat 10 persen yaitu dari Rp 30,3 triliun menjadi Rp 33,67 triliun dalam lima tahun terakhir (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2021). Demikian halnya dengan penjualan obat yang menjadi objek penelitian yang mengalami kenaikan setiap tahunnya seperti tampak pada Gambar berikut.

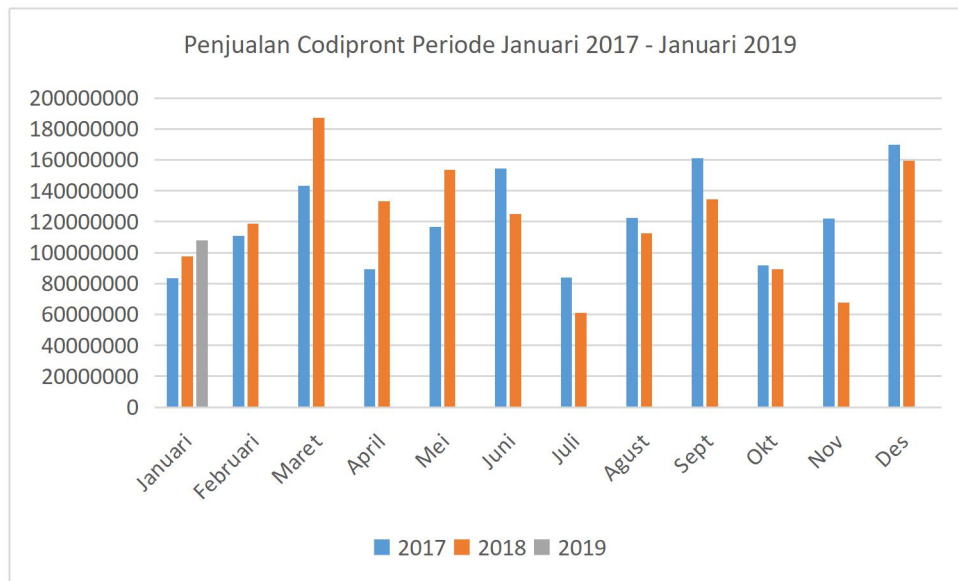


Gambar I.1 Perkembangan Jumlah Penjualan Periode Januari 2018 – 2019
 Sumber: (PT Kimia Farma (Persero) Tbk, 2019)

Berdasarkan tabel tersebut tampak bahwa terjadi fluktuasi penjualan setiap bulannya dari mulai Januari 2018 sampai dengan Januari 2019. Penjualan tertinggi terjadi pada Maret 2018 dan penjualan terendah terjadi pada bulan Juli 2018. Rata-rata penjualan adalah sebesar Rp 128.022.470,8 (seratus dua puluh delapan juta dua puluh dua ribu empat ratus tujuh puluh koma delapan rupiah).

Hal ini disebabkan oleh minat beli masyarakat. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu (Duriyanto & C, 2004). Rencana pembelian suatu produk tertentu biasanya sebelumnya mendapatkan informasi tentang produk tersebut tentang kegunaan atau manfaatnya bagi orang tersebut. Ketika orang sakit biasanya akan bertanya kepada dokter atau orang terdekat untuk memastikan obat yang akan dibelinya untuk mengobati sakit yang dideritanya.

Tingginya animo masyarakat terhadap obat paten juga dialami oleh Obat Batuk Codipront. Terjadi fluktuasi pembelian setiap bulan pada periode Januari sampai dengan Desember 2018 seperti tampak pada grafik berikut ini.



Gambar 1.2 Penjualan Obat Codipront Periode Januari – Desember 2018

Berdasarkan data tersebut tampak bahwa niat beli konsumen akan mengalami peningkatan pada bulan Januari sampai dengan Maret pada setiap tahunnya, di mana pada bulan tersebut merupakan musin hujan yang biasanya terjadi peningkatan orang yang sakit batuk. Dan trend penurunan penjualan terjadi pada bulan April dan Juli di mana pada bulan tersebut masuk awal musim kemarau. Peningkatan niat beli konsumen diperlukan pelayanan yang maksimal sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

Hal lainnya yang turut mempengaruhi adalah sikap masyarakat terhadap obat paten. Masyarakat memilih obat paten/bermerek sebagai obat yang berkualitas tinggi, karena khasiatnya yang sudah teruji berdasarkan pengalamannya. Sedangkan obat generik kurang diminati karena masyarakat menilai bahwa mutu obat generic kurang terjamin. Peresepan obat generik dianggap tidak bergengsi, diragukan kemanfaatannya, dan kandungan zat aktifnya di bawah standar. Kecenderungan pembelian dan konsumsi obat paten/bermerek yang terjadi sekarang ini sangat erat kaitannya dengan karakteristik, perilaku, dan preferensi konsumen terhadap obat tersebut serta proses pengambilan keputusan pembeliannya. Kondisi ini sebenarnya

akan merugikan masyarakat karena mereka lebih banyak mengeluarkan biaya untuk membeli obat paten/bermerek daripada obat generik yang jauh lebih murah, padahal pada dasarnya obat generik memiliki khasiat, keamanan, dan kualitas yang sama dengan obat originatornya. Hal ini telah dibuktikan dengan serangkaian uji BA/BE (Bioavailabilitas/Bioekivalensi) oleh Badan POM (Anugerah, 2009). Selama ini, tempat pelayanan penyediaan dan penjualan obat seperti apotik belum mengetahui secara jelas mengenai bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian obat paten/bermerek serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen sehingga mereka cenderung memilih obat tersebut untuk dikonsumsi. Setiap konsumen memiliki perilaku dan preferensi yang berbeda-beda terhadap suatu produk. Dalam pembelian obat, konsumen mempunyai persepsi dan penilaian sendiri berdasarkan informasi yang telah diterima dan dicernanya. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai: **“Pengaruh Niat Membeli dan Sikap terhadap Keinginan untuk Membayar: Studi Pada Konsumen Obat Batuk Codipront”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah disebutkan maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah terdapat pengaruh niat membeli terhadap keinginan untuk membayar?
2. Apakah terdapat pengaruh sikap terhadap keinginan untuk membayar?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji faktor yang mempengaruhi keinginan untuk membayar. Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh niat membeli terhadap keinginan untuk membayar.
2. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap keinginan untuk membayar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dunia akademis untuk pengembangan ilmu terutama tentang niat membeli, sikap, dan keinginan untuk membayar.

2. Secara Praktis

a. Bagi dunia program studi pemasaran

Dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh niat membeli, dan sikap terhadap keinginan untuk membayar khususnya pada obat Codipront sehingga diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak lain yang membutuhkan bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya atau kegiatan lain yang berkaitan dengan penelitian.

b. Bagi Peneliti

Untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai niat membeli, dan sikap terhadap keinginan untuk membayar.

c. Bagi Perusahaan

Informasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan dalam meninjau sejauh mana niat membeli, dan sikap mempengaruhi keinginan untuk membayar khususnya pada obat Codipront, sehingga dapat dilakukan peningkatan dan dapat meningkatkan kualitas obat codipront.