



**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU MASYARAKAT DALAM
MENJUAL OBAT DI WARUNG**

ARTIKEL

**Disusun oleh :
VIVI SEPTIANDRI KUSUMA
050115A092**

**PROGRAM STUDI S1 FARMASI
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSIAS NGUDI WALUYO
2020**

LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL

Artikel dengan “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat Dalam Menjual Obat Di Warung**” yang disusun oleh :

Nama : Vivi Septiandri Kusuma

Nim : 050115A092

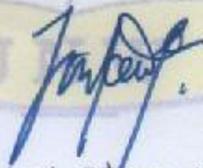
Program Studi : S1 Farmasi

Fakultas : Ilmu Kesehatan

Telah di setujui dan disahkan oleh pembimbing utama skripsi program studi S1 Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, Februari 2020

Pembimbing Utama



Niken Dyahariesti., S.Farm.,Apt.,M.Si

NIDN 0609118702

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU MASYARAKAT DALAM MENJUAL OBAT DI WARUNG

FACTORS AFFECTING COMMUNITY BEHAVIOR INSELLING DRUNGS IN STALLS

¹Vivi Septiandri Kusuma , ²Niken Dyahariesti , ³Dian Oktianti
Program Studi S1 Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan
Universitas Ngudi Waluyo
email : viviseptiandri123@gmail.com

ABSTRAK

Latar Belakang : Swamedikasi menjadi alternatif yang diambil masyarakat untuk meningkatkan keterjangkauan pengobatan masyarakat memerlukan pedoman yang terpadu agar tidak terjadi kesalahan pengobatan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung.

Metode : Desain penelitian ini deskriptif korelasional. Populasi penelitian ini masyarakat yang menjual obat di warung dengan jumlah sampel 68 responden menggunakan metode *total sampling*. Alat pengambilan data menggunakan kuesioner. Analisis data diolah dengan menggunakan analisis faktor.

Hasil : Sebagian besar pengetahuan tentang keuntungan dan kerugian kategori sedang (51,5%), tentang penggolongan obat kategori baik (42,6%), tentang informasi etiket obat kategori baik (52,9%), tentang penyimpanan kategori baik (64,79%), tentang faktor sosial kategori baik (42,6%) dan tentang faktor personal kategori cukup (57,4%). Faktor yang mempengaruhi mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung yaitu pengetahuan tentang keuntungan dan kerugian (54,907%) dan pengetahuan tentang penggolongan obat (24,309%) yang diambil dari analisis faktor berdasarkan hasil ekstraksi faktor.

Simpulan : Faktor pengetahuan tentang keuntungan dan kerugian menjadi faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung.

Saran : Penjual obat di warung diharapkan menjaga kualitas obat yang dijual kepada masyarakat sehingga mendukung penyembuhan penyakit yang diderita masyarakat.

Kata Kunci : perilaku masyarakat, menjual obat di warung

Kepustakaan : 35 (2006-2015)

ABSTRACT

Background:. Self-medication being an alternative taken by the community to improve the affordability of community medicine requires assistance to be done so that no treatment errors occur. Objective is to find out the factors that influence the community in selling drugs in a food stall.

Method: This correlational descriptive research design. The population of this research is the community that sells drugs in the stall with a sample of 68 respondents using total sampling method. The data collection tool uses a questionnaire. Data analysis was processed using factor analysis.

Results: Most of the knowledge about the advantages and disadvantages of the moderate category (51,5%), about the classification of drugs in the good category (42,6%), about the information on the medicine category of the good category (52,9%), about the storage of the good category (64,79%), about the good social factors category (42,6%) and about the personal factors enough category (57,4%). Factors that influence the influence of the community in selling drugs in the stall are knowledge about the advantages and disadvantages (54,907%) and knowledge about grouping drugs (24,309%) taken from factor analysis to produce factor extraction.

Conclusion: The profit and loss factor is the most dominant factor towards people's behavior in selling drugs in a stall.

Suggestion: Drug sellers in stalls are expected to get the quality of medicines sold to the community so that they support the healing of illnesses suffered by the community.

Keywords: community habits, selling drugs in stalls

Literature: 35 (2006-2015)

PENDAHULUAN

Swamedikasi merupakan upaya pengobatan yang dilakukan sendiri, biasanya dilakukan untuk mengatasi keluhan-keluhan dan penyakit ringan yang banyak dialami masyarakat, seperti demam, nyeri, pusing, batuk, influenza, sakit maag, cacingan, diare, penyakit kulit dan lain-lain. Swamedikasi menjadi alternatif yang diambil masyarakat untuk meningkatkan keterjangkauan pengobatan masyarakat memerlukan pedoman yang terpadu agar tidak terjadi kesalahan pengobatan (*medication error*). Apoteker sebagai salah satu profesi kesehatan sudah seharusnya berperan sebagai pemberi informasi (*drug informer*) khususnya untuk obat-obat yang digunakan dalam swamedikasi. Obat-obat yang termasuk dalam golongan obat bebas dan bebas terbatas relatif aman digunakan untuk pengobatan sendiri atau swamedikasi (Depkes Republik Indonesia, 2002).

Dalam pengawasan setelah adanya izin edar, BPOM melakukan pemeriksaan rutin terhadap jalur produksi obat (industri farmasi), jalur distribusi obat (PBF) serta jalur distribusi yang berupa sarana pelayanan (apotek dan toko obat berizin). Pengawasan rutin tersebut hanya dilakukan pada jalur-jalur resmi, sedangkan pada toko obat tidak berizin, warung-warung ataupun pasar tidak ada jadwal pemeriksaan rutin (Murniati *et al.*, 2018)

Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional 2001 menunjukkan bahwa penduduk Indonesia yang mengeluh sakit selama sebulan sebelum survei dilakukan sebesar 25,49% dipertanian dan pedesaan, keluhan terbanyak mencakup demam, sakit kepala batuk, dan pilek. Perilaku pencarian pengobatan yang dilakukan oleh penduduk Indonesia yang mengeluh sakit persentase terbesar adalah pengobatan sendiri (58,78%), terutama menggunakan obat (83,88%), sisanya menggunakan obat tradisional dan atau cara tradisional (Badan pusat statistik 2002).

Berkaitan dengan pengobatan sendiri, telah dikeluarkan berbagai peraturan perundangan, antara lain pengobatan sendiri hanya boleh menggunakan obat yang termasuk golongan obat bebas dan obat bebas terbatas (KEPMENKES No.2380/1983). Semua obat yang termasuk golongan obat bebas dan obat bebas terbatas wajib mencantumkan keterangan pada setiap kemasannya tentang kandungan zat berkhasiat, kegunaan, aturan pemakaian, dosis, dan pernyataan lain yang diperlukan (Depkes RI 1993). Ada batas lama pengobatan sendiri untuk keluhan tertentu. Semua kemasan obat bebas terbatas wajib mencantumkan tanda peringatan “apabila sakit berlanjut segera hubungi dokter” (Fallis, 2013). Sumber obat yang paling dominan adalah warung (44,35%) dan yang lainnya adalah puskesmas (15,85%), praktek perawat/ bidan (11,44%), toko obat (9,31%), praktek dokter (8,41%), apotik (5,03%) dan RS hanya 2,36%. Pada umumnya penggunaan obat ditujukan untuk mengobati penyakit (91,56%), sedangkan untuk menjaga kesehatan 5,58% dan untuk keluarga berencana 1,16% (Depkes, 1999 dalam Faruqi 2013) Hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan peneliti, kurang lebih 10 warung semuanya menjual obat di warung. Berdasarkan fenomena saat ini masyarakat menjual obat di warung, hal ini disebabkan oleh faktor sosial dan faktor perilaku, dimana adanya permintaan dari warga, dan untuk memenuhi kebutuhan, selain itu apotek lumayan jauh dari jalan raya dan rumah warga, sehingga menjadi kesempatan untuk menjual obat di warungnya dan banyak warga yang membeli obat di warung karena harga lumayan dan warga gampang mendapatkannya di warung terdekat. Alasan memakai dua desa yaitu ada tidaknya perbandingan antara desa yang dekat dengan jalan raya dan jauh dengan jalan raya, apakah alasan mereka sama atau tidak mereka menjual obat di warung.

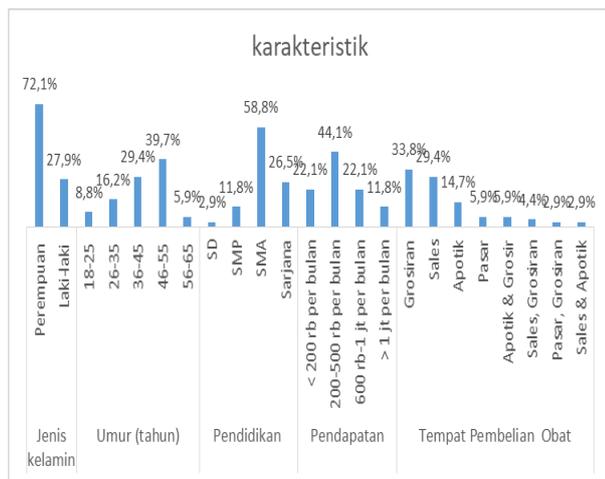
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian sampling dengan metode *cross sectional* yang didukung oleh data primer berupa data yang diperoleh melalui pengisian kuesioner yang dijawab langsung oleh

responden. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tuntang waktu penelitian diambil pada Desember 2019. Populasi penelitian ini adalah pemilik warung di Kecamatan Tuntang. Teknik pengambilan sampel dengan *total sampling*. Hasil uji validitas yang telah dilakukan menunjukkan semua variabel yang diteliti mempunyai nilai *r* hasil lebih besar dari nilai *r* tabel (0,444), sehingga semua pernyataan yang digunakan adalah valid, artinya semua kuesioner dapat digunakan untuk melakukan pengambilan data. Hal tersebut menunjukkan nilai *cronbach alpha* lebih besar dari nilai yang disyaratkan (0,60), artinya semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan-pengetahuan tentang pengetahuan keuntungan dan kerugian, penggolongan obat, informasi etiket obat, penyimpanan, faktor sosial dan faktor personal adalah reliabel. Data dianalisa dengan menggunakan distribusi frekuensi, uji chi square dan analisis faktor.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

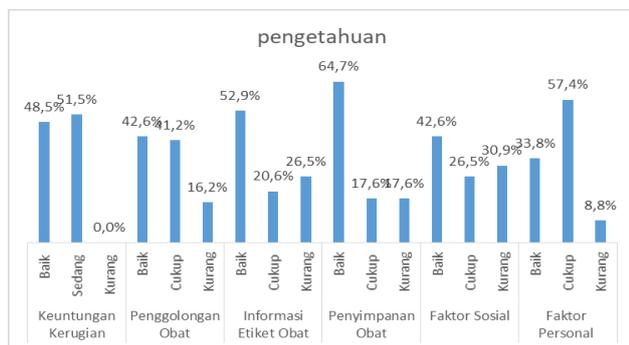
1. Karakteristik Responden



Gambar 1. Karakteristik Responden

Gambar 1 menunjukkan masyarakat yang menjual obat di warung di Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang sebagian besar berjenis kelamin perempuan (72,1%), berumur 46-55 tahun (39,7%), berpendidikan SMA (58,8%) dan membeli obat di grosiran (33,8%)

2. Gambaran Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat Dalam Menjual Obat di Warung



Gambar 2. Gambaran Faktor yang Mempengaruhi Perilaku

Gambar 2. menunjukkan faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung sebagian besar mempunyai pengetahuan tentang keuntungan dan kerugian kategori sedang (51,5%), pengetahuan tentang penggolongan obat kategori baik (42,6%), pengetahuan tentang

informasi etiket obat kategori baik (52,9%), pengetahuan tentang penyimpanan kategori baik (64,79%), pengetahuan tentang faktor sosial kategori baik (42,6%) dan pengetahuan tentang faktor personal kategori cukup (57,4%).

3. Gambaran Pengetahuan Berdasarkan Karakteristik

Tabel 1. Pengetahuan Berdasarkan Karakteristik

Karakteristik		pengetahuan					
		keuntungan	penggolongan	informati	penyimpanan	faktor sosial	faktor personal
jenis kelamin	p	-0,277	0,013	-0,042	-0,189	-0,035	0,051
		0,017	$\rho = 0,915$	0,742	0,113	0,78	0,718
	mean±SD	(1,88±0,77)	(1,77±0,78)	(1,77±0,84)	(1,82±0,86)	(1,70±0,80)	(1,76±0,72)
Usia	p	0,255	0,056	0,088	0,181	0,025	-0,045
		0,452	0,562	0,447	0,107	0,816	0,561
	mean±SD	(2,83±0,90)	(2,72±1,02)	(2,72±1,06)	(2,77±1,03)	(2,65±1,10)	(2,71±0,98)
Pendidikan	p	-0,088	-0,179	0,147	0,099	-0,139	-0,068
		$\rho = 0,013$	0,13	0,241	0,414	0,204	0,735
	mean±SD	(2,79±0,68)	(2,68±0,82)	(2,68±0,88)	(2,73±0,84)	(2,60±0,92)	(2,67±0,78)
Pendapatan (per bulan)	p	0,305	0,277	0,031	-0,02	0,489	0,181
		$\rho = 0,003$	0,009	0,767	0,837	0,000	0,086
	mean±SD	(2,36±0,76)	(2,25±0,83)	(2,25±0,89)	(2,30±0,88)	(2,18±0,89)	(2,24±0,78)
Tempat Membeli obat	p	-0,231	-0,166	-0,115	0,239	0,276	0,046
		0,027	0,047	0,139	0,018	0,001	0,63
	mean±SD	(2,59±1,39)	(2,48±1,45)	(2,48±1,48)	(2,53±1,47)	(2,40±1,50)	(2,47±1,42)

Tabel 1 menunjukkan variabel yang berhubungan paling kuat dengan pengetahuan tentang pengetahuan keuntungan dan kerugian adalah pendapatan (dengan nilai korelasi sebesar 0,305 dan $\rho = 0,003$), variabel yang mempunyai hubungan paling kuat dengan pengetahuan tentang penggolongan obat yaitu pendapatan (nilai korelasi = 0,277 dan $\rho = 0,009$), semua variabel tidak ada yang berhubungan dengan pengetahuan tentang informasi etiket obat, variabel yang berhubungan dengan pengetahuan tentang penyimpanan obat yaitu tempat membeli obat (nilai korelasi sebesar 0,239 dan $\rho = 0,018$), variabel yang berhubungan paling kuat dengan pengetahuan tentang faktor sosial yaitu pendapatan (dengan nilai korelasi sebesar 0,489 dan $\rho = 0,000$), tidak variabel yang berhubungan dengan pengetahuan tentang faktor personal.

4. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat dalam Menjual Obat di Warung

Tabel 2. Proses Ekstraksi Faktor

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	3,294	54,907	54,907	3,294	54,907
2	1,459	24,309	79,216	1,459	24,309	79,216
3	0,612	10,199	89,415			
4	0,272	4,534	93,949			
5	0,227	3,78	97,729			
6	0,136	2,271	100			

Berdasarkan tabel 2, faktor 1 mampu menjelaskan 54,91% dan faktor 2 mampu menjelaskan 24,309% dari seluruh total faktor yang akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung. Adapun besar sumbangan kumulatif dari kedua faktor terhadap perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung adalah sebesar 79,216%.

PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Menurut Widyowati (2012), peran dan partisipasi wanita dalam berwirausaha meningkat dengan pesat terutama di sektor perdagangan baik ditingkat kelompok maupun lembaga seperti UKM atau UMKM maupun di tingkat individu sebagai pedagang mandiri. Wanita berada di rumah cenderung mengisi waktunya untuk merawat keluarga. Namun demikian beberapa diantaranya mempunyai motivasi membantu suami mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dengan membuka warung.

Hasil penelitian Supardi (2019), menunjukkan berdasarkan karakteristik penjual obat tradisional di Desa Jatibiru Lampung Selatan sebagian besar mempunyai jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 10 orang (55,6%) lebih banyak dari pada yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 8 orang (44,4%). Penelitian Prasetyo, *et.al* (2018) di Jakarta menunjukkan 43% penjaga warung adalah perempuan. Umumnya di desa, membuka warung merupakan kegiatan ibu rumah tangga, disamping kesibukan sehari-hari mengurus rumah tangga. Pendidikan dan status pemilik warung umumnya tidak berbeda dengan masyarakat lingkungannya.

Menurut Kotler & Armstrong (2011), seseorang akan melakukan jual beli barang dan jasa sesuai dengan umur. Seorang yang berumur dengan dewasa yang tidak memiliki kualifikasi pendidikan dan kemampuan tidak dapat memilih pekerjaan dengan pendapatan yang tinggi sehingga alternatif pekerjaan yang dipilih cenderung bekerja dengan menjual barang atau jasa lainnya sesuai dengan modal yang dimiliki (Dwiandana, 2013).

Penelitian yang dilakukan Supardi (2019), menunjukkan berdasarkan karakteristik penjual obat di Desa Jatibiru Lampung Selatan sebagian besar berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 6 orang (33,3%) dan berusia 23-30 tahun yaitu sebanyak 6 orang (33,3%) lebih banyak dari pada yang berusia 41-50 tahun yaitu sebanyak 4 orang (22,2%) dan yang berusia 51-60 tahun yaitu sebanyak 2 orang (11,1%). Penelitian Prasetyo, *et.al* (2018) di Jakarta menunjukkan sebagian besar penjaga warung adalah berumur 21-40 tahun.

2. Gambaran Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat Dalam Menjual Obat di Warung

Keuntungan dari sudut pandang penjual dimana menjual obat adalah bisnis yang konsisten dikarenakan kebutuhan masyarakat akan obat sangat tinggi. Aktivitas masyarakat yang padat baik usia sekolah hingga dewasa menyebabkan mereka yang tidak memperhatikan kesehatan, maka akan mengalami sakit. Upaya yang dilakukan pertama kali untuk jenis penyakit yang tidak serius adalah mereka akan memanfaatkan obat yang dijual di warung yang sering disebut swamedikasi. Sementara dari sudut pandang masyarakat penjual obat di warung, kerugian yang mereka alami ketika obat yang dijual mempunyai masa kadaluwarsa yang pendek, dimana jika sampai batas waktu penggunaan obat dan obat belum terjual maka mereka akan mengalami kerugian (Vidyavati, 2016).

Penggolongan obat berdasarkan Permenkes RI nomor 917/Menkes/Per/X/1999 yang kini telah diperbaiki dengan Permenkes RI nomor 949/Menkes/Per/2000. Penggolongan obat berdasarkan keamanannya terdiri dari obat bebas, bebas terbatas, wajib apotek, keras, psikotropik, dan narkotik. Tetapi obat yang diperbolehkan dalam swamedikasi hanyalah golongan obat bebas dan bebas terbatas, dan wajib apotek (Sigurdsson *et al.*, 2000).

Obat-obatan yang biasa diperjual belikan di warung umumnya golongan obat bebas dan obat bebas terbatas. Obat golongan bebas termasuk obat yang relatif paling aman sehingga dapat diperoleh tanpa resep dokter. Penjualan dapat dilakukan selain di apotek juga diperoleh di warung-warung. Kemasan obat bebas ditandai dengan lingkaran berwarna hijau, misalnya parasetamol, asetosal, vitamin C, antasida daftar obat esensial (DOEN) dan obat batuk hitam (OBH). Obat golongan bebas terbatas juga relatif aman selama pemakaiannya selama konsumen mengikuti aturan pakai yang ada. Obat golongan ini ditandai dengan adanya lingkaran berwarna biru. Obat golongan ini juga dapat diperoleh tanpa resep dokter, dapat diperoleh di apotek, toko obat atau di warung-warung.

Menurut Hendrawati (2011), Sebelum menggunakan obat, maka harus membaca sifat dan cara pemakaiannya pada etiket, kemasan obat agar penggunaannya tepat dan aman serta masa kadaluwarsanya.

Masyarakat yang menjual obat di warung sebagian memperhatikan brosur atau kemasan obat terkait dengan pencantuman nama obat, komposisi, indikasi, informasi cara kerja obat, aturan pakai, peringatan (khusus untuk obat bebas terbatas), perhatian, nama produsen, nomor *batch*/lot, nomor

registrasi, nomor registrasi dicantumkan sebagai tanda ijin edar absah yang diberikan oleh pemerintah pada setiap kemasan obat dan tanggal kadaluarsa. Obat-obatan yang tidak mempunyai informasi etiket menunjukkan obat tidak resmi dan harus dihindari oleh masyarakat penjual obat karena dapat menjadi racun. Masyarakat yang menjual obat di warung sangat memperhatikan masa kadaluarsa dari obat yang dijualnya sehingga ketika melakukan pembelian memilih obat dengan kadaluarsa yang masih lama dan memberikan informasi masa kadaluarsa kepada konsumen ketika menyerahkan obat

Menurut WHO, penggunaan obat dikatakan rasional apabila penderita menerima obat yang tepat untuk kebutuhan klinis, dalam dosis yang memenuhi kebutuhan untuk jangka waktu yang cukup, dan dengan biaya yang terjangkau baik untuk individu maupun masyarakat. Konsep tersebut berlaku sejak pertama penderita datang kepada tenaga kesehatan, yang meliputi ketepatan penilaian kondisi penderita, tepat diagnosis, tepat indikasi, tepat jenis obat, tepat dosis, tepat cara dan lama pemberian, tepat informasi, dengan memperhatikan keterjangkauan harga, kepatuhan penderita, dan waspada efek samping serta cara penyimpanan untuk masing-masing jenis obat. Konsumen mempunyai hak untuk menanyakan hal itu kepada tenaga kesehatan atau tenaga farmasi.

Menurut Sampurno (2011), perilaku konsumen dalam membeli suatu barang (obat) diantaranya dapat dipengaruhi oleh faktor sosial.

Setiap lapisan golongan masyarakat yang terdapat banyak individu yang saling berinteraksi. Keberadaan interaksi antar anggota masyarakat ini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian suatu barang/jasa termasuk diantaranya obat. Mereka cenderung membeli obat dengan beberapa pertimbangan diantaranya referensi dari orang yang mereka percaya misalnya endoser iklan obat di televisi. Faktor penjual obat di warung biasanya menjual obat-obatan yang telah diiklankan di televisi, artinya mereka menjual obat yang terkenal atau sudah dikenal masyarakat secara umum

Menurut Sampurno (2011), perilaku masyarakat dalam menjual obat diantaranya dapat dipengaruhi oleh faktor personal.

Keputusan menjual dapat dipengaruhi oleh karakteristik personal termasuk umur, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup dan personalitas konsumen, misalnya populasi sekarang ini kelompok usia lanjut cenderung makin besar persentasenya. Implikasinya prevalensi penyakit degeneratif akan meningkat, sehingga obat-obatan untuk penyakit degeneratif semakin banyak dibutuhkan (Sampurno, 2011).

Masyarakat yang menjual obat di warung mengambil peluang ini dengan menjual obat-obatan yang dibutuhkan oleh masyarakat misalnya golongan lansia. Mereka menjual obat terkait penyakit yang sering dibutuhkan oleh konsumennya dengan berbagai variasi merek dan kekuatan obat dalam menyembuhkan penyakit. Obat-obatan yang dijual juga disesuaikan dengan kelompok umur yang membutuhkan dengan berbagai variasi obat. Dengan demikian pembelian obat di warung dapat menghemat waktu pembelian karena tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mencapainya

3. Gambaran Pengetahuan Berdasarkan Karakteristik

Responden menjual obat di warung dengan pendapatan 200-500 ribu (42,5%) mempunyai pengetahuan yang baik tentang keuntungan dan kerugian menjual obat di warung. Responden yang mempunyai pendapatan 200-500 ribu cenderung mempunyai pengetahuan yang baik tentang keuntungan dan kerugian dalam bisnis penjualan obat di warung. Pendapatan yang diperoleh menunjukkan kemampuan mereka dalam memilih obat yang dijual dimana mereka mengetahui obat yang dapat menghasilkan keuntungan jika terjual dan menyetok obat untuk meningkatkan keuntungan.

Responden yang mempunyai pendapatan 200-500 ribu mempunyai pengetahuan tentang penggolongan obat yang baik. Mereka mengetahui obat yang dapat dijual bebas ataupun obat bebas terbatas ataupun obat keras. Pengetahuan tersebut mendukung mereka untuk tidak menjual obat yang melanggar perundang-undangan yaitu obat keras ataupun bebas terbatas. Mereka umumnya

menjual obat-obatan yang mendapatkan izin untuk dijual secara bebas. Indikasi yang mereka gunakan adalah obat yang telah di iklankan di media elektronik seperti radio ataupun televisi. Pengetahuan tentang penggolongan obat yang baik juga mendukung mereka untuk membedakan obat yang sesuai dengan kebutuhan konsumen misalnya obat untuk tolak angin, obat masuk angin hingga obat untuk flu. Mereka tidak akan menjual obat-obatan yang kurang dikenal oleh masyarakat yang dapat mengurangi keuntungan yang mereka peroleh tidak ada faktor yang berhubungan dengan pengetahuan terkait informasi tentang etiket obat-obat yang di jual warung. Hal tersebut dimungkinkan informasi etiket obat telah tertera dalam kemasan setiap obat, dan semua konsumen dapat membaca dengan jelas informasi etiket obat yang tertera di sana. Selain itu, edukasi yang diberikan produsen melalui iklan di media elektronik

Responden yang membeli obat dari sales berhubungan mempunyai pengetahuan yang baik tentang cara penyimpanan obat yang di jual warung. Responden yang membeli obat di sales semakin baik pemahaman terkait dengan obat yang dijual karena terpapar informasi dari sales tersebut, termasuk cara penyimpanan obat yang benar.

Responden yang mempunyai pengetahuan yang baik tentang faktor sosial dimana mereka menjual obat dengan merek yang terkenal dipengaruhi pendapatan. Responden yang mempunyai pendapatan 200-500 ribu menunjukkan mereka sudah mempunyai pelanggan obat yang banyak sehingga dapat berinteraksi dengan baik dengan pelanggannya. Mereka juga mendapatkan pengetahuan dari pelangalannya dalam menjual obat selama ini berdasarkan tingkat kebutuhan dari konsumen, sehingga dapat mencari pelanggan baru sekaligus mengetahui bagaimana cara mempertahankan pelanggan lama sehingga mereka mempunyai pelanggan yang loyal.

Tidak ada faktor demografi yang meningkatkan pengetahuan mereka terkait dengan faktor personal yang mendorong mereka untuk menjual obat di warung. Responden menjual obat yang dibutuhkan oleh masyarakat, sudah dikenal karena adanya iklan di televisi dan dapat terjangkau oleh masyarakat sekitar sehingga mereka tidak memerlukan orang-orang yang sekiranya dapat mendorong masyarakat untuk membeli obat di warung mereka

4. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat dalam Menjual Obat di Warung

Faktor pertama yang mempengaruhi perilaku masyarakat menjual obat di warung yang terdiri dari pengetahuan, penggolongan obat, faktor sosial dan faktor personal mampu menjelaskan 54,907% dari seluruh total faktor yang akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung. Menurut Chyan & Sumarta, (2018), perilaku menjual menunjukkan segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan ekonomi dalam proses jual beli barang. Faktor yang mendorong untuk melakukan aktivitas tersebut diantaranya pengetahuan.

Faktor penyebab timbulnya kegiatan perdagangan yang utama adalah pengetahuan. Menurut Muslich (2017), pada dasarnya kegiatan perdagangan timbul karena adanya keinginan oleh pihak-pihak yang terlibat didalamnya untuk memperoleh manfaat atau keuntungan tambahan yang dapat diperoleh dari kegiatan perdagangan tersebut. Oleh karena itu motif manusia melakukan perdagangan adalah untuk memperoleh manfaat atau keuntungan dari pelaksanaan kegiatan tersebut.

Faktor sosial mempengaruhi perilaku masyarakat menjual obat di warung. Menurut Sampurno (2011), ada setiap lapisan golongan masyarakat yang terdapat banyak individu yang saling berinteraksi, interaksi ini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan menjual ataupun membeli suatu barang/jasa. Kelompok sosial konsumen dalam lingkup tertentu seperti profesi dan paguyuban sosial dapat mempengaruhi keputusan menjual ataupun membeli. Faktor keluarga sebagai masyarakat sosial terkecil juga dapat mempengaruhi keputusan menjual ataupun membeli terutama untuk produk-produk yang diperlukan secara bersama oleh keluarga termasuk diantaranya obat.

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku masyarakat menjual obat di warung selanjutnya adalah faktor personal. menurut Sampurno, 2011), keputusan menjual ataupun membeli juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik personal diantaranya umur, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup dan personalitas konsumen. Sebagai contoh dalam populasi sekarang ini kelompok usia lanjut cenderung makin besar prosentasenya. Implikasinya prevalensi penyakit degeneratif akan meningkat, sehingga obat-obatan untuk penyakit degeneratif semakin banyak dibutuhkan yang pada akhirnya mendorong masyarakat menjual obat meskipun di warung-warung.

Faktor kedua yang yang mempengaruhi perilaku masyarakat menjual obat di warung terdiri informasi etiket obat dan penyimpanan mempunyai nilai total *initial eigenvalues* sebesar 1,459 atau 24,309%; artinya faktor kedua mampu menjelaskan 24,309% dari seluruh total faktor yang akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung.

Adanya Informasi etiket obat pada setia obat yang dijual di masyarakat mendorong masyarakat menjualnya di warung. Menurut Kemenkes RI (2018) pelayanan farmasi klinik diantaranya *dispensing* yang terdiri dari penyiapan, penyerahan dan pemberian informasi obat. Memberikan etiket sekurang-kurangnya meliputi warna putih untuk obat dalam/oral, warna biru untuk obat luar dan suntik, menempelkan label “kocok dahulu” pada sediaan bentuk suspensi atau emulsi. Sebelum obat diserahkan kepada penderita harus dilakukan pemeriksaan kembali mengenai penulisan nama penderita pada etiket, cara penggunaan serta jenis dan jumlah obat (kesesuaian antara penulisan etiket dengan resep). Perundangan yang ditetapkan tersebut sudah tertera pada setiap obat yang dijual di masyarakat secara bebas.

Penyimpanan penggunaan obat mempengaruhi perilaku masyarakat menjual obat di warung. Menurut Munaf (2014), penggunaan obat yang tidak rasional akan memberikan dampak negatif yang besar yang merugikan unit atau instansi pelayanan kesehatan sendiri maupun pada penderita dan masyarakat. Oleh karena itu diperlukan pemilihan dan penggunaan obat secara rasional, sehingga intervensi obat dapat mencapai sasarannya (penyembuhan penderita) dengan efek samping obat seminimal mungkin dan instruksi penggunaan obat dapat dipatuhi oleh penderita. Menurut WHO (2015) pengobatan rasional bila penderita menerima obat yang sesuai dengan kebutuhannya untuk periode waktu yang adekuat dan dengan harga yang paling murah.

Adapun besar sumbangan kumulatif dari kedua faktor terhadap perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung adalah sebesar 79,216%. Artinya masih ada faktor lain yang mempengaruhi mempengaruhi perilaku masyarakat menjual obat di warung diantaranya bakat berdagang, posisi tempat tinggal yang berdekatan dengan rumah sakit/strategis.

SIMPULAN

Pengetahuan serta penggolongan obat merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung, Faktor pengetahuan tentang keuntungan dan kerugian dapat menjelaskan tentang perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung sebesar 54,907%, faktor pengetahuan tentang penggolongan obat dapat menjelaskan tentang perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung sebesar 24,309%, faktor pengetahuan merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap perilaku masyarakat dalam menjual obat di warung, diharapkan meningkatkan pengetahuan yang berkaitan dengan penjualan obat serta menjaga kualitas obat yang dijual kepada masyarakat sehingga mendukung penyembuhan penyakit yang diderita masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Seluruh civitas akademik Universitas Ngudi Waluyo, Ketua Program Studi Farmasi Universitas Ngudi Waluyo Richa Yuswantina, S.Farm., Apt., M.Si. Pembimbing 1 Niken Dyahariesti., S.Farm.,Apt.,M.Si. Pembimbing 2 Dian Oktianti,

S.Farm., M.Sc., Apt. Serta kepada pegawai pegawai Desa Tuntang dan Desa Candirejo yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2000, Informasi Obat Nasional Indonesia, Direk Jendral Pengawasan Obat dan Makanan, hal 47, Depkes RI, Indonesia.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan POM, 2007. 2011. “Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia.” : 1–3.
- Chyan, P., & Sumarta., C. “Chyan, P., & Sumarta, S., C. (2018). Toko Kelontong Sebagai Penyangga Ekonomi Rumah Tangga. (November).”
- DepKes, 2008 ; JICA, 2010. 2010. “DepKes, 2008 ; JICA, 2010.” : 1–106.
- Depkes Republik indonesia. 2002. “Ketentuan Dan Tata Cara Pemberian Izin Apotek.”
- Depkes RI. 1993. “Peraturan Menteri Kesehatan Tentang Wajib Daftar Obat Jadi.”
- Hendrawati., 2011, *Swamedikasi yang Baik dan Benar*, Yogyakarta :Citra Aji Parama, 24-25.
- Kotler & Armstrong, 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kartajaya. 2011. *Kartajaya, H., 2011,Self Medication. Jakarta: PT MarkPlus Indonesia Selatan, Hal: 3-12.*
- Sampurno, 2011. “No TSampurno. 2011. Manajemen Strategi. Gadjah Mada University Press: Yogyakartaitle.”
- Sigurdsson, H., Houghton, B., McNutt, S., Rymer, H. y Stix, J. 2000. “Penggolongan Obat Menurut Permenkes No.917 Tahun 1993.” *Encyclopedia of volcanoes*. (917): 662.
- Widjajanti 2004. 2004. “Obat-Obatan Edisi 2.” In *Obat-Obatan Edisi 2,*.
- Muslich, 2017. *Bisnis Syariah Perspektif Muamalah dan Manajemen* (Yogyakarta: UPP-STIM YKPN).