

Pengaruh Golongan Obat, Harga Beli, Volume Pembelian di Pasar Pramuka Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Tidak Langsung

Meiana Dwi Andini¹⁾, Masruchin²⁾, Handono Ishardyatmo³⁾

Farmasi, Fakultas Ilmu Kefarmasian Universitas Pancasila
Jalan Srengseng Sawah, Jakarta Selatan 12640

¹⁾meianaikifa@gmail.com

²⁾masruchin@gmail.com

³⁾handono.ishardyatmo@gmail.com

Abstract: The goal of this research is to know what is the effects of the drug's group, the purchase price, the purchase volume in Pramuka market to the decision of the purchase and the effects to the loyalty of the indirect customers. By using survey method that is a research using samples from populations and using survey's instrument that is questionnaires. This type of research is verifcatively descriptive with gathering datas. The method is by surveying the drugstore's clerks in Pramuka market and using SPSS 17(1) to process the datas. The result shows that there is an effect of the drug's group, the purchase price, the purchase volume in Pramuka market to the decision of the purchase and the effects to the loyalty of the indirect customers, partially or simultaneously. The drug's purchase price through the decision of the purchase doesn't significantly effect the loyalty of the indirect customers. Meanwhile, the dominant factor that effect the purchase decision is the drug's purchase price, especially for the price that lower than the netto price.

Keywords: drug's group, purchase price, purchase volume, purchase decision, loyalty, indirect customers

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh golongan obat, harga beli, volume pembelian di Pasar Pramuka terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen tidak langsung. Dengan menggunakan metode penelitian survey yaitu penelitian yang menggunakan sampel dari populasi dan menggunakan alat survey berupa kuesioner. Jenis penelitian ini adalah deskriptif verifikatif dengan pengumpulan data. Metode penelitian dengan melakukan survey kepada karyawan toko obat di Pasar Pramuka dan pengolahan data dilakukan dengan SPSS 17(1). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh golongan obat, harga beli, volume pembelian terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen tidak langsung, baik secara parsial maupun simultan. Harga beli obat melalui keputusan pembelian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen tidak langsung. Sedangkan faktor yang dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga beli obat, terutama untuk harga di bawah netto.

Kata kunci: golongan obat, harga beli, volume pembelian, keputusan pembelian, loyalitas, konsumen tidak langsung

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri farmasi sebagai penghasil obat-obatan di Indonesia terus naik dari tahun ke tahun. Mengacu data Indonesian Market Share (IMS) Health sektor farmasi di Indonesia bertumbuh dari sekitar Rp 29,98 triliun pada tahun 2008 menjadi Rp 33,96 triliun pada 2009, dan mencapai Rp 37,53 triliun pada akhir 2010. Ini menandakan industri farmasi berada

dalam fase tumbuh, pemicunya adalah meningkatnya populasi sehingga meningkatnya konsumsi domestik serta didukung juga oleh pengeluaran pemerintah yang meningkat untuk perawatan kesehatan. (Sumber: Kemenperin: Industri Farmasi Indonesia Tumbuh Rp 37 T)

Peningkatan kesadaran untuk pengobatan diri sendiri (swamedikasi) menjadi peluang bagi perusahaan obat untuk terus melakukan inovasi

dalam mengembangkan dan menghasilkan obat baru yang dapat dibeli bebas oleh masyarakat sehingga konsumen dapat dengan leluasa memilih obat yang akan digunakan sesuai kebutuhannya.

Pada tahun 2009 produk farmasi kategori *Over The Counter (OTC)* senilai Rp 14,74 triliun dan obat *ethical* (obat keras) senilai Rp 19,22 triliun. (Sumber Kemenperin: Industri Farmasi Indonesia Tumbuh Rp 37 T). Pertambahan populasi dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia yang cepat juga menumbuhkan pasar farmasi (Business Monitor International, 2012), pada tahun 2015 pasar farmasi Indonesia akan tumbuh 11,8% menjadi US\$ 4,6 miliar atau setara Rp 56 triliun dibanding tahun lalu

Menurut International Pharmaceutical Manufacture Group (IPMG) (PHARMA COMMUNITY INDONESIA, 2015). Belanja kesehatan di Indonesia terus tumbuh setiap tahunnya. Tahun 2015 belanja kesehatan di Indonesia mencapai US\$ 21,7 miliar, tumbuh sekitar 6% dari tahun 2014 dan di proyeksikan akan meningkat sampai tahun 2018 nanti (KONTAN, 20 Mei 2014). Pasar obat-obatan di industri farmasi terbagi atas 3 sub sektor, yaitu pasar obat *OTC (over the counter/obatbebas/obat non resep)*, obat generik, *branded generic* serta obat paten.

Obat adalah suatu bahan atau panduan bahan-bahan yang dimaksudkan untuk digunakan dalam menetapkan diagnosis, mencegah, mengurangi, menghilangkan, menyembuhkan penyakit atau gejala penyakit, luka atau kelainan badaniah dan rohaniah pada manusia atau hewan dan untuk memperelok atau memperindah badan atau bagian badan manusia (Kep.MenKes RI No. 193/Kab/B/VII/71)

Masalah yang dihadapi oleh industri farmasi adalah terbatasnya jumlah perusahaan distribusi besar yang mampu menyalurkan obat dalam jumlah besar secara nasional mengingat luas wilayah yang sangat besar. (Sumber: Bisnis Farmasi. Wordpress : Strategi marketing obat). Hal ini menjadi peluang bagi pedagang obat Pasar Pramuka sebagai distributor tidak resmi obat yang memiliki jangkauan nasional dengan harga bersaing

Sudah lebih dari sepuluh tahun ini Pasar Pramuka dikenal sebagai apotek rakyat orang Jakarta. Hampir semua obat bisa dibeli disini. Mulai dari obat generik flu hingga obat sakit jantung. Bahkan alat-alat rumah sakit pun bisa didapatkan. Dengan omzet bisa mencapai Rp. 1 miliar per hari melalui bauran pemasaran harga murah, pelayanan cepat, dan satu hal yang tidak mungkin bisa dilakukan di apotek yakni, tawar menawar harga.

Harga lebih murah diperoleh karena mereka mendapat kiriman langsung dari distributor dan dengan mengambil margin sekitar lima sampai sepuluh persen. Dari seorang pedagang mengaku memperoleh omzet per hari antara 5 sampai 10 juta, padahal tokonya termasuk toko obat menengah, belum lagi toko obat yang besar. Omzet bisa mencapai Rp. 20 an juta per hari. (sumber: wawancara dengan pedagang obat Pasar Pramuka).

Menurut Kepala Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan di Jakarta Dewi Prawitasari omzet obat di Pasar Pramuka mencapai Rp. 1 miliar per hari. Ini beralasan bila rata-rata Rp. 10 juta saja omzet tiap pedagang maka total 100 pedagang mencapai Rp. 1 miliar. (Sumber :Jawapos, 19/10/14, tentang legitnya bisnis obat ilegal Pasar Pramuka)

Dewi juga menyatakan bahwa obat-obatan yang dijual di Pasar Pramuka tergolong ilegal, terutama yang dijual oleh toko obat yang tak berizin. Dengan peredaran obat sebesar itu, Dewi mengatakan bahwa sangat rentan terjadi pemalsuan yang justru merugikan konsumen. Melihat dari pertumbuhan omzet per hari yang didapat di Pasar Pramuka, jika dibandingkan dengan pertumbuhan industri farmasi di Indonesia per tahun, maka diperoleh gap yang makin besar, hal ini dapat diartikan dari mana sumber pedagang Pasar Pramuka memperoleh obat.

Berdasarkan teori distribusi, pertimbangan distributor memperoleh barang dagangan dikenal dengan singkatan QCDS (Quality, Cost, Delivery, Service) dan berdasarkan Good Distribution Practices (GDP), maka obat yang diedarkan harus memenuhi kriteria juga syarat tertentu seperti bermutu baik, serta dikemas dengan baik.

Pertanyaan penelitian yang dapat dikembangkan adalah apakah pedagang Pasar Pramuka telah menjalankan konsep QCDS sesuai dengan ketentuan Good Distribution Practices. Dengan melihat hal tersebut diatas maka kami mengangkat penelitian dengan judul Faktor yang menjadi pertimbangan pedagang Pasar Pramuka dalam pengambilan keputusan pembelian obat dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen tidak langsung.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang akan digunakan yaitu survey. Penelitian survey merupakan penelitian yang menggunakan sampel dari populasi dengan alat pengumpul data yang disebut instrumen berbentuk kuisioner atau angket. Populasi yang digunakan semua toko obat yang ada di Pasar

Pramuka. Sejumlah 120 toko Sample diambil secara non probability dengan pendekatan *purposive sampling* sebanyak 54 yang semuanya telah berubah menjadi apotek rakyat sesuai dengan kriteria inklusi: (1) Karyawan toko obat yang telah berusaha lebih dari 2 tahun; dan (2) Karyawan toko obat yang telah berubah menjadi apotek rakyat. Kriteria eksklusi: Karyawan toko obat yang tidak bersedia menjadi responden.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada program SPSS teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) dan *Corrected Item Total Correlation*. Masing-masing teknik perhitungan korelasi akan dibahas seperti pada Tabel 1:

Tabel 1 uji validitas dan reliabilitas

No Pertanyaan	R Hitung	Keterangan	No Pertanyaan	R Hitung	Keterangan
P1	0.745	Valid	P15	0.825	Valid
P2	0.701	Valid	P16	0.923	Valid
P3	0.764	Valid	P17	0.677	Valid
P4	0.923	Valid	P18	0.767	Valid
P5	0.868	Valid	P19	0.660	Valid
P6	0.794	Valid	P20	0.830	Valid
P7	0.766	Valid	P21	0.839	Valid
P8	0.906	Valid	P22	0.920	Valid
P9	0.716	Valid	P23	0.767	Valid
P10	0.555	Valid	P24	0.680	Valid
P11	0.729	Valid	P25	0.799	Valid
P12	0.649	Valid	P26	0.729	Valid
P13	0.769	Valid	P27	0.373	Valid
P14	0.750	Valid	P28	0.649	Valid

1. Bivariate Pearson (6) (Korelasi Produk Momen Pearson)

Analisis ini dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut: (a) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid); dan (b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel 2 Test of normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Unstandardized Residual	.071	54	.200*	.984	54	.681

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n)=20, maka didapat r tabel sebesar 0,3783. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi untuk seluruh konstruk diatas 0,3783, berarti semua Valid.

Berikut merupakan hasil output untuk pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 3:

Tabel 3 Hasil uji validitas

R tabel = 0,3783 (dengan n= 20)

2. Corrected Item-Total Correlation

Tabel 4 Hasil analisis reliabilitas dengan teknik *Corrected Item Total Correlation*

Tabel 4 Hasil analisis reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	28

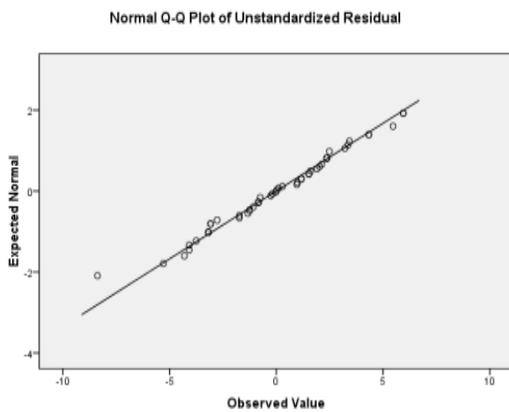
Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS 17. Syaratnya yaitu cronbach's alpha (α) lebih besar dari 0,6 yang berarti kuesioner penelitian dapat dipercaya. Sedangkan uji validitas adalah pengujian analisis faktor berdasarkan variabel-variabel yang ada di dalam penelitian ini. Persyaratan untuk uji validitas yaitu nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari r- tabel ($> 0,3783$)

B. Hasil Uji Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas sebagai salah satu uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal karena model regresi yang baik memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

Berdasarkan *output* di atas terlihat nilai statistic uji *Liliefors* dengan taraf signifikansi = 0,05 diperoleh sig (p-value) = 0,200 $>$ 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 diterima yang artinya galat acak (residual) berdistribusi normal. Hasil yang sama juga diperkuat dengan Normal Q-Q Plot Residual seperti pada Gambar 1:



Gambar 1 Uji normalitas

2. Uji Multikolinieritas

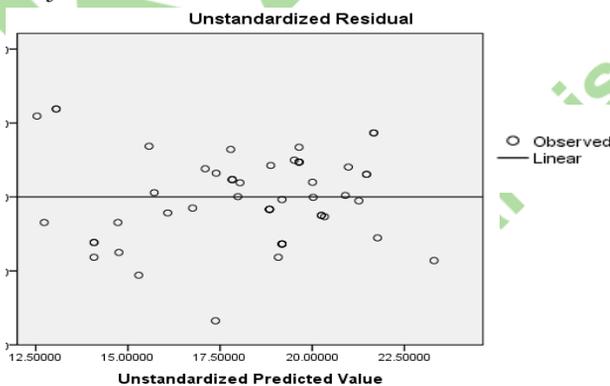
Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan dalam asumsi klasik dengan melihat adanya hubungan linier antar variabel bebas dalam model regresi. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

$$VIF = \frac{1}{1 - R^2}$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji dengan SPSS untuk Variabel X1 diperoleh $VIF = 1,451$, variable X2 diperoleh $VIF = 1,545$, variable X3 diperoleh $VIF = 2,270$ dan variable Z diperoleh $VIF = 2,007$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam model regresi yang artinya tidak adanya hubungan linier antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas



Gambar 2 Uji heterokedastisitas

Grafik Gambar 2 dapat disimpulkan asumsi heterokedastisitas tidak terpenuhi atau dapat dikatakan bahwa varians residual homogen atau sama.

C. Analisa Deskriptif Variabel (7)

1. Variabel X1 (Golongan Obat)

Pada variabel golongan obat (X1) terdiri dari 5 indikator yaitu obat bebas, obat keras, obat narkotika,

obat impor, obat psikotropik. Didapat hasil golongan obat bebas responden yang setuju sebanyak 35,19% dan yang tidak setuju 62,95%. Golongan obat keras responden yang setuju 75,93% dan yang tidak setuju 24,07%. Golongan obat narkotika responden yang setuju 12,96% dan yang tidak setuju 87,04%. Golongan obat psikotropika responden yang setuju 37,03% dan yang tidak setuju 62,96%. Sedangkan golongan obat impor responden yang setuju 1,85% dan yang tidak setuju 98,13%

Pada variabel golongan obat, persentase terkecil responden yang setuju dengan obat bebas 35,19% dibanding dengan obat keras responden yang setuju adalah 75,93. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan toko obat menjual golongan obat keras yang untuk mendapatkannya harus menggunakan resep dokter. Sedangkan toko obat seharusnya hanya menjual golongan obat bebas yang untuk mendapatkannya tidak memerlukan resep dokter. Kemudahan mendapatkan obat keras inilah yang mendorong banyak orang berbelanja di Pasar Pramuka.

2. Variabel X2 (Harga beli)

Pada variabel harga beli obat (X2) terdiri dari 5 indikator, yaitu harga dibawah netto, harga sama dengan harga netto, harga yang diberikan sesuai dengan banyaknya barang, harga yang diberikan sesuai dengan jatuh tempo pelunasan, harga yang diberikan sesuai dengan harga konsiyasi. Didapat hasil bahwa harga yang diberikan sama dengan harga netto responden yang setuju 18,52% dan yang tidak setuju 85,19%. Harga dibawah harga netto responden yang setuju 98,15% dan yang tidak setuju 0. Sedangkan harga diberikan sesuai dengan banyaknya barang responden yang setuju 38,88% dan yang tidak setuju 61,11%. Harga yang diberikan sesuai dengan jatuh tempo pelunasan responden yang setuju 38,88% dan yang tidak setuju 62,96%. Harga yang diberikan sesuai dengan harga konsiyasi responden yang setuju 0 dan yang tidak setuju 98,15%.

Responden yang setuju harga dibawah harga netto mempunyai persentase yang besar. Hal ini yang menentukan harga jual obat di toko obat. Bila harga beli di bawah netto maka toko obat dapat menentukan margin keuntungan yang besar, tetapi bila harga beli sama dengan netto maka margin keuntungannya pun kecil. Maka tidak heran toko obat di Pasar Pramuka dapat menjual obat dengan harga yang lebih murah dibanding dengan apotek.

3. Variabel X3 (Volume Pembelian)

Pada variabel volume pembelian obat terdiri dari 3 indikator yaitu: pembelian dalam jumlah besar,

pembelian obat secara eceran, pembelian obat untuk dikirim antar pulau. Didapat hasil pembelian obat untuk dikirim antar pulau responden yang setuju 25,93% dan yang tidak setuju 72,22%. Pembelian obat dalam jumlah besar responden yang setuju 53,70% dan yang tidak setuju 46,30%. Pembelian obat secara eceran responden yang setuju 68,52% dan yang tidak setuju 35,19%

Dari hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar toko obat di Pasar Pramuka melayani pembelian secara eceran dan melayani pembelian dalam jumlah besar. Sebenarnya toko obat hanya melayani pembelian obat dalam jumlah eceran.

4. Variabel Z (Loyalitas konsumen antara)

Pada variabel ini terdiri dari 7 indikator yaitu: supplier yang menjanjikan diskon besar, supplier yang menjanjikan harga kompetitif, supplier yang memberikan tempo pembayaran yang lama, supplier yang menitipkan dan ditagih tiap bulan untuk barang yang laku, supplier yang menjamin adanya partai besar, supplier yang menjamin barang legal, supplier yang menjamin resiko pengiriman antar pulau. Didapat hasil supplier yang menjanjikan diskon besar responden yang setuju 38,88% dan yang tidak setuju 57,41%. Supplier yang menjanjikan harga kompetitif responden yang setuju 90,74% dan yang tidak setuju 9,26%. Supplier yang memberikan tempo pembayaran yang lama responden yang setuju 48,15% dan yang tidak setuju 50%. Supplier yang menitipkan barang dan ditagih tiap bulan untuk barang yang laku responden yang setuju 0 dan yang tidak setuju 98,15%. Supplier yang menjamin adanya partai besar responden yang setuju 18,52% dan yang tidak setuju 81,48%. Supplier yang menjamin barang legal responden yang setuju 88,88% dan yang tidak setuju 11,11%. Supplier yang menjamin resiko pengiriman antar pulau 20,37% dan yang tidak setuju 79,63%

Dalam penentuan loyalitas pada supplier, responden menekankan pada jaminan legalitas barang, pembelian secara kredit dan pemberian diskon besar. Artinya toko obat tidak /kurang memperhatikan mutu obat yang dijualnya. Sebab diskon besar yang diberikan menunjukkan adanya over stok/barang menumpuk di gudang pedagang besar farmasi (PBF) atau dapat juga disebabkan adanya target penjualan pada PBF tertentu yang harus dicapai oleh sales.

5. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pada variabel keputusan pembelian (variabel intervening/antara) ini terdiri dari 8 indikator, yaitu: membeli obat dari pedagang besar farmasi berijin, membeli obat dari siapa saja asal murah, membeli

obat partai besar dengan diskon besar, membeli obat dengan sistem konsiyasi (barang titipan), membeli obat langsung dari pabrik farmasi tanpa melalui distributor, membeli obat dari pemilik modal (ambil dari toko obat lain), menerima titipan (droping) obat, membeli barang yang laku saja (tidak mempunyai stok barang). Didapat hasil membeli obat dari pedagang besar farmasi berijin responden yang setuju 88,88% dan yang tidak setuju 11,11%. Membeli obat dari siapa saja asal murah responden yang setuju 37,04% dan yang tidak setuju 64,82%. Membeli obat partai besar dengan diskon besar responden yang setuju 14,82% dan yang tidak setuju 87,04%. Membeli obat dengan sistem konsiyasi (barang titipan) responden yang setuju 0 dan yang tidak setuju 100%. Membeli obat langsung dari pabrik farmasi tanpa melalui distributor responden yang setuju 1,85% dan yang tidak setuju 98,15%. Membeli obat dari pemilik modal (ambil dari toko obat lain) responden yang setuju 5,55% dan yang tidak setuju 94,44%. Menerima titipan (droping) obat responden yang setuju 1,85% dan yang tidak setuju 98,15%. Membeli barang yang laku saja (tidak mempunyai stok) responden yang setuju 98,15% dan yang tidak setuju 0.

Dari keputusan pembelian, responden menekankan pada pembelian obat yang laku dipasar sehingga perputaran obat di toko dapat meningkat, hal ini terkait dengan ukuran kios dan besar omzet tiap hari. Sedangkan dari hasil responden toko obat hanya membeli barang yang laku saja tanpa memperhatikan sumber barang tersebut, apakah berasal dari distributor yang resmi atau tidak, dan ditunjang dengan harga barang tersebut murah.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diperoleh pada penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Golongan obat berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (2) Harga beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (3) Volume pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (4) Golongan obat, harga beli dan volume pembelian secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen; dan (5) Keputusan pembelian berpengaruh terhadap loyalitas konsumen tidak langsung

V. DAFTAR RUJUKAN

- Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS 17, Penerbit PT Flex Media Komputindo

Kemenperin : Industri Farmasi Indonesia TumbuhRp 37 T
Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor
193/Kab/B/VII/71

Jawapos, 19/10/14 tentang Legitnya Bisnis Obat Ilegal Pasar
Pramuka

Kotler, P. (1998), Manajemen Pemasaran; Analisis,
Perencanaan, Implementasi, dan Control, edisi Bahasa
Indonesia, Jilid 1, PT Prehallindo, Jakarta

Alhusin, S, Aplikasi Statistik Praktis dengan SPSS 9, Penerbit
PT Flex Media Komputindo, hal. 118

Alhusin, S, Aplikasi Statistik Praktis dengan SPSS 9, Penerbit
PT Flex Media Komputindo, hal. 69

Alhusin, S, Aplikasi Statistik Praktis dengan SPSS 9, Penerbit
PT Flex Media Komputindo, hal. 143

KALBE BISNIS
Jurnal Bisnis dan Komunikasi