

PERSEPSI DAN SIKAP MASYARAKAT TERHADAP SISTEM PEMBELIAN ONLINE PERBEKALAN FARMASI DI JABODETABEK

Embriana Dinar Pramestyani^{1*}, Ilyas Ramadani Sidiq², Nina Nurjannah³, Dea Natalya⁴, Risda Maulida
Esa⁵

^{1,2,3,4}Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Medika Suherman

Alamat e-mail : dinar@medikasuherman.ac.id

Abstract

The urgency of this research is to support the era of digital transformation in Industry 5.0, where online purchasing has become an integral part of everyday life. The increase in internet user penetration for the period 2021–2022 is 77.7%, equivalent to 210.03 million people from the total population of Indonesia. The method used in this research is descriptive-exploratory, using a quantitative questionnaire with the people of Jabodetabek. The total sample used was 271 respondents in accordance with certain criteria that had been determined. From the resulting data using the SPSS tool, it was possible to determine the percentage perception and attitude of the Jabodetabek community towards the online purchasing system for pharmaceutical supplies. The Jabodetabek community's perception of the online purchasing system for pharmaceutical supplies is good in terms of four indicators, and the attitude of the Jabodetabek community towards the online purchasing system for pharmaceutical supplies has received the title of very loyal, as evidenced by the results of the Net Promoter Score of 60.93%. The perception and attitude of the people of Jabodetabek towards the online purchasing system for pharmaceutical supplies are good and very loyal.

Keywords: Attitudes and preceptions; Online purchasing system; Pharmaceuticals products; Business pharmacy; Online platforms

Abstrak

Urgensi penelitian ini guna mendukung era transformasi digital di *industry 5.0*, pembelian online menjadi bagian integral dari kehidupan sehari – hari. Peningkatan penetrasi pengguna internet periode 2021 – 2022 77,7 % setara dengan 210,03 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia. Metode pada penelitian ini diangkat dengan jenis penelitiannya adalah deskriptif eksploratif dengan menggunakan kuesioner bersifat kuantitatif kepada masyarakat Jabodetabek. Total sampel yang digunakan sebanyak 271 responden sesuai dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan, kemudian dari data yang dihasilkan olah menggunakan alat SPSS sehingga bisa menentukan % persepsi dan sikap masyarakat jabodetabek pada sistem pembelian online perbekalan farmasi tersebut. Persepsi masyarakat Jabodetabek terhadap sistem pembelian online perbekalan farmasi adalah baik ditinjau dari empat indikator dan sikap masyarakat Jabodetabek terhadap sistem pembelian online perbekalan farmasi mendapatkan predikat sangat loyal dibuktikan melalui hasil *Net Promoter Score* 60,93%. Persepsi dan sikap masyarakat Jabodetabek terhadap sistem pembelian online perbekalan farmasi adalah baik dan sangat loyal.

Kata kunci: Sikap dan persepsi; Sistem Pembelian *Online*; Perbekalan Farmasi; Bisnis Farmasi; *Platform online*

A. PENDAHULUAN

Latar belakang pada penelitian ini yaitu didasari pada fenomena era digital saat ini, dimana pembelian online menjadi bagian integral dari kehidupan sehari – hari. Sistem pembelian online memungkinkan konsumen untuk membeli berbagai jenis produk dan layanan melalui internet, termasuk perbekalan farmasi. Di wilayah Jabodetabek, sistem pembelian online perbekalan farmasi telah mengalami pertumbuhan pesat.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022 melalui survei yang dilakukannya dengan wawancara pada informan dan pemberian kuesioner pada responden seluruh masyarakat di Indonesia, menyatakan bahwa tingkat penetrasi pengguna Internet di Indonesia mengalami peningkatan secara terus menerus sejak 2018. Angka tersebut didapat dari penetrasi pengguna internet periode 2021 – 2022 sebesar 77,7 % atau setara dengan 210,03 juta jiwa dari total populasi 272,68 juta jiwa penduduk Indonesia (APJII, 2022).

Seiring dengan peningkatan penetrasi pengguna internet di Indonesia tersebut disebabkan karena masyarakat Indonesia kini yang semakin kerap mengakses berbagai layanan digital, seperti keuangan, kesehatan, pendidikan dan pemerintahan. Fenomena ini tercermin dalam survei yang dilakukan oleh KemenKomInfo yang bekerjasama dengan Katadata Insight Center (KIC) mengenai layanan digital yang digunakan oleh masyarakat Indonesia. Survei yang dilakukan tersebut melibatkan 10.000 responden dari berbagai wilayah di Indonesia pada Agustus – September 2022 dengan tingkat kepercayaan 95%. Dihasilkan dengan rincian peringkat pertama layanan digital yang paling sering digunakan berada pada sektor perbankan atau keuangan sebanyak 18% responden mengaku sering menggunakannya. Sementara itu, pada peringkat kedua diduduki oleh sektor kesehatan yang sering digunakan responden sebanyak 8%. Kemudian menyusul pada peringkat ketiga, sebanyak 7% responden menggunakan layanan sektor pendidikan secara digital dengan frekuensi yang tinggi. Dan di sisi lain, 6% responden menyatakan sering menggunakan layanan digital pada sektor publik atau pemerintahan (DataIndonesia.id, 2022).

Perumusan masalah pada penelitian ini berdasarkan, perkembangan teknologi pada era digital saat ini telah mengubah cara orang berbelanja, termasuk dalam pembelian online perbekalan farmasi. Di Indonesia, khususnya wilayah Jabodetabek mengalami pertumbuhan signifikan dalam industri *e-commerce*, termasuk dalam sektor farmasi. Dengan meningkatnya ketersediaan internet dan penetrasi penggunaannya, masyarakat semakin cenderung beralih ke platform online untuk membeli obat – obatan dan perbekalan farmasi lainnya (Larasati & Zuliestiana, 2019). Namun di balik perkembangan tersebut, terdapat juga berbagai tantangan dan perubahan dalam perilaku konsumen. Sehingga, perlunya untuk mengetahui bagaimanakah persepsi dan sikap masyarakat terhadap sistem pembelian online perbekalan farmasi khususnya di Jabodetabek.

B. METODE

Pendekatan yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif eksploratif dengan menggunakan kuesioner bersifat kuantitatif. Dalam pelaksanaannya penelitian eksploratif ini tidak memiliki suatu metode tertentu secara khusus yang digunakan dan output kesimpulan yang dihasilkan dianggap sebagai suatu gagasan atau saran dan bukan yang bersifat definitif. Data kuesioner yang dihasilkan berupa data kualitatif diolah secara kuantitatif untuk kemudian dianalisis secara statistika menggunakan bantuan alat instrumentasi SPSS.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Jabodetabek yang pernah menikmati layanan sistem pembelian online perbekalan farmasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri – ciri yang sama dengan populasi. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, karena pengambilan sampel terbatas pada kelompok sasaran spesifik yaitu orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, entah karena mereka adalah satu – satunya yang

memilikinya atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

Jumlah sampel yang digunakan ditentukan dengan rumus estimasi proporsi, karena jumlah populasi belum diketahui (masyarakat Jabodetabek) serta tidak sedikit jumlahnya, jumlah sampel diestimasi menggunakan rumus Lameshow, yaitu (Pramestyani et al., 2023) :

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{D^2}$$

Dimana :

n : Jumlah sampel yang dibutuhkan

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yaitu 95%

P : Proporsi customer HonestDocs, nilai idealnya 0,5

D : Deviasi, nilai idealnya 10% dan 5%

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z yang digunakan yaitu sebesar 1,645. Maka, jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{(1,645)^2 0,5(1 - 0,5)}{(0,05)^2}$$

n = 270,6 ~ 271

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel tersebut penelitian ini yang menggunakan instrumen kuesioner kepada masyarakat yang pernah menikmati layanan sistem pembelian online perbekalan farmasi di Jabodetabek, maka jumlah sampel yang dibutuhkan yaitu sebanyak 271 responden. Adapun kriterianya sebagai berikut :

1. Kriteria inklusi sampel, kriteria dimana objek penelitian dapat mewakili dalam sampel penelitian yang memenuhi syarat sebagai sampel, yaitu :
 - a. Masyarakat yang pernah menikmati layanan sistem pembelian online perbekalan farmasi di Jabodetabek,
 - b. Berusia produktif 20 – 45 tahun,
 - c. Bersedia menjadi responden penelitian.
2. Kriteria eksklusi, atau kriteria yang bertolak belakang dengan keadaan yang menyebabkan objek penelitian sehingga tidak dapat dimasukkan dalam penelitian, yaitu :

- a. Masyarakat yang tidak dapat berkomunikasi dengan baik,
- b. Masyarakat diluar wilayah Jabodetabek.

Analisis Data

1. Pengukuran Presentase (%)

Analisis univariat digunakan untuk mendeskripsikan parameter penelitian yang didapatkan dari hasil kuesioner responden dan disajikan dalam tabel distribusi frekuensi dan presentasi.

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Presentase subjek pada kategori tertentu

f = \sum sampel dengan karakteristik tertentu

n = \sum sampel total

2. Net Promoter Score (NPS)

Net Promoting Score (NPS) adalah sebuah alat manajemen yang dapat di gunakan untuk mengukur tingkat loyalitas konsumen perusahaan atau sebagai pengukuran *alternative* dari pengukuran kepuasan konsumen tradisional *Bergevin dalam*. NPS ini di mulai dengan meminta ulasan dari konsumen untuk menilai kuesioner dengan angka antara 0 – 10, di bagi menjadi tiga kategori sesuai dengan nomor yang konsumen pilih yaitu:

- a. *Promotor*, adalah loyal konsumen yang akan terus membeli atau menggunakan suatu produk dan mempromosikan bisnis atau suatu produk tersebut kepada orang lain. Konsumen ini yang memberikan nilai 9 – 10.
- b. *Passive*, adalah *customer* yang tidak memberikan respon positif maupun respon negatif, dalam arti lain *customer* yang cukup puas namun masih acuh tak acuh terhadap suatu produk dan masih bisa terpengaruh oleh kompetitor lain. *Customer* ini yang memberikan nilai 7 – 8.
- c. *Detractor*, adalah *customer* yang memilih untuk memberikan nilai negatif karena merasa tidak puas dengan suatu produk

tersebut. *Customer* ini yang memberikan nilai 0 – 6.

Apabila persentase promotor suatu merek atau perusahaan lebih tinggi maka kosumen dapat di nyatakan loyal dan apabila persentase detractor lebih tinggi maka kosumen tidak loyal.

Tabel 1. Skor *Net Promoter Score* (NPS)

Net Promoting Score	Ukuran NPS
NPS < 0	Tidak Loyal
NPS = 0 – 50	Loyal
NPS > 50	Sangat Loyal



Gambar 1. Penilaian *Net Promoter Score* (NPS)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden yang berpartisipasi pada penelitian ini adalah sesuai dengan jumlah sampel yang dibutuhkan sebelumnya pada perhitungan, yaitu sebanyak 271 responden masyarakat Jabodetabek. Adapun sesuai pada Tabel 1, karakteristik responden berjenis kelamin terbanyak adalah perempuan (68,27%), dengan rentang usia 21 – 30 tahun (56,83%).

Tabel 2. Karakteristik Responden

Parameter Karakteristik	Jumlah	%
Jenis Kelamin		
Laki – laki	86	31,73%
Perempuan	185	68,27%
Usia		
< 20th	10	3,69%
21 – 30 th	154	56,83%
31 – 40 th	81	29,89%
>40th	23	8,49%
Pekerjaan		
Mahasiswa	25	9,23%
PNS	28	10,33%
Pegawai Swasta	120	44,28%
Wiraswasta	50	18,45%
Tenaga Kesehatan	25	9,23%
Lain-lain	23	8,49%
Pendapatan per bulan		
<Rp 500.000	20	7,38%
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	73	26,94%
Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000	117	43,17%

Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	50	18,45%
>Rp 10.000.000	11	4,06%

Mayoritas responden merupakan pegawai swasta (44,28%) dan disusul oleh wiraswasta (18,45%). Dengan rentang pendapatan per bulan dari responden Rp 1.000.000 – 5.000.000 lebih dominan (43,17%), hal tersebut dapat disebabkan karena UMR di Jabodetabek berkisar pada angka tersebut.

Presepsi Masyarakat

Presepsi masyarakat terhadap sistem pembelian online perbekalan farmasi di Jabodetabek ditinjau dari beberapa indikator dijabarkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Presepsi Masyarakat

Indikator	Kategori Penilaian	Jumlah	%
Kualitas perbekalan farmasi	Sangat Tinggi	42	15,50%
	Tinggi	197	72,70%
	Sedang	32	11,81%
	Rendah	0	0%
	Sangat Rendah	0	0%
Ketersediaan perbekalan farmasi	Sangat Tinggi	41	15,13%
	Tinggi	171	63,10%
	Sedang	59	21,77%
	Rendah	0	0%
	Sangat Rendah	0	0%
E-Wallet System	Sangat Tinggi	61	22,51%
	Tinggi	173	63,84%
	Sedang	37	13,65%
	Rendah	0	0%
	Sangat Rendah	0	0%
Peran farmasis dalam pelayanan	Sangat Tinggi	18	6,64%
	Tinggi	161	59,41%
	Sedang	67	24,72%
	Rendah	20	7,38%
	Sangat Rendah	15	5,53%

Sikap Masyarakat

Sikap masyarakat terhadap sistem pembelian online perbekalan farmasi di Jabodetabek ditinjau dari beberapa pertanyaan dijabarkan pada Tabel 4.

Tabel 4. NPS Sikap Masyarakat

Pertanyaan	Net Promoter Score (%)
Layanan pada sistem pembelian online perbekalan farmasi mudah digunakan dan berguna untuk saya	68,22
Produk dan jasa yang ditawarkan pada E-Health memiliki harga yang terjangkau	59,88
E-Health selalu memberikan solusi jika produk yang saya butuhkan tidak tersedia	67,31
Packaging aman sehingga tidak merusak produk	62,92
Sekalipun saya berada di luar kota yang jauh, E-Health dapat menjangkauanya dengan waktu yang tepat	68,90
E-Health yang saya gunakan aman untuk memberikan informasi pribadi	56,65
E-Health yang saya gunakan memiliki sistem pembayaran yang aman	68,98
Tenaga kesehatan pada E-Health yang saya gunakan selalu merespon dan memberikan umpan balik dengan baik dan cepat tanggap	60
Saya lebih menyukai pelayanan E-Health dibandingkan dengan layanan Kesehatan tatap muka	38,71
Dari pengalaman yang saya dapatkan pada E-Health pilihan saya, saya akan dengan senang hati merekomendasikannya ke orang – orang terdekat saya	57,68
RATA – RATA	60,93 (Sangat Loyal)

Merujuk pada analisis data diatas menyatakan bahwa pembelian online perbekalan farmasi mendapatkan tingkat predikat sangat loyal. Hasil tersebut dapat dikatakan sangat loyal dan mendapatkan nilai positif dari masyarakat Jabodetabek. Namun demikian, para pemilik E-Health masih harus merumuskan lebih lanjut strategi pemasaran yang dapat digunakan E-Health untuk meningkatkan *brand awareness E-Health* di pasar *telemedicine* Indonesia (Jefferson Azarya Pieter, Ratna Kurnia Illahi, 2021).

D. PENUTUP Simpulan

Presepsi masyarakat Jabodetabek terhadap sistem pembelian online perbekalan farmasi adalah baik ditinjau dari empat indikator yaitu kualitas perbekalan farmasi, ketersediaan perbekalan farmasi, *e-wallet system*, dan peran farmasis dalam pelayanan.

Sikap masyarakat Jabodetabek terhadap sistem pembelian online perbekalan farmasi mendapatkan predikat sangat loyal dibuktikan melalui hasil *Net Promoter Score* 60,93%.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai pertimbangan selama melakukan penelitian, maka saran yang dapat peneliti usulkan bagi para pemangku kepentingan Asosiasi *Telemedicine* di Indonesia dapat melakukan penelitian lebih dalam dengan konsep segitiga PDB (*positioning, diferensiasi, dan brand*) pada E-Health guna merumuskan lebih lanjut strategi pemasaran yang dapat digunakan E-Health untuk meningkatkan *brand awareness E-Health* di pasar *telemedicine* Indonesia.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini penulis sampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah terlibat pada penelitian ini karena telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan saran dan dorongan hingga selesainya penelitian ini. Tidak lupa kepada Farmasi Medika Suherman, serta kepada kedua orang tua, keluarga dan orang-orang terkasih yang selalu hadir dan mendukung dalam penyelesaian penelitian ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *SRA Consulting.*, June, 10. apji.or.id
- DataIndonesia.id. (2022). Survei Belanja Online 2022. *DataIndonesia.Id*, 3.
- Jefferson Azarya Pieter, Ratna Kurnia Illahi, H. R. P. (2021). Hubungan Antara Presepsi dan Sikap Apoteker Terhadap Pelayanan Perbekalan Kefarmasian Secara Online. *Repository*

Universitas Brawijaya.

Larasati, T. H., & Zuliestiana, D. A. (2019). Analisis Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online (Studi pada Perusahaan Sociolla di Indonesia). *E-Proceeding of Management*, 6(1), 200–207.

Pramestyani, E. D., Saragi, S., & Andayani, N. (2023). Analisis Dan Pengembangan Strategi

dalam Meningkatkan Daya Saing HonestDocs Sebagai Perusahaan Startup Di Era Industry 4 . 0 The Analysis and Development of Strategies in Increasing the Competitiveness of HonestDocs as A Start-Up Company in the Era of Ind. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS Dr. Soetomo*, 9(2), 249–260.