

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Apotek berasal dari bahasa Belanda yaitu *Apotheek*, apotek/ toko tempat meramu dan menjual obat berdasarkan resep dokter serta memperdagangkan barang medis atau rumah obat (KBBI, 2014). Apotek merupakan sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh seorang apoteker. Tujuan didirikannya apotek yaitu sebagai tempat pengabdian apoteker dengan mengedepankan pelayanan kefarmasian yang berfokus pada pasien berdasarkan standar kompetensi farmasis Indonesia, melayani kebutuhan obat, bahan obat, alat kesehatan, serta perbekalan farmasi lainnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, memperoleh Profit sebesar-besarnya tanpa meninggalkan kualitas dan harga obat yang terjangkau untuk konsumen dengan mendapatkan pharmaceutical care, memberikan konseling, informasi dan edukasi kepada pasien akan obat dan tercapainya pengobatan yang rasional dan membuka kesempatan kerja bagi masyarakat dan berupaya meningkatkan kesejahteraan karyawan (PerMenKes RI, 2017)

PT Kimia Farma Tbk merupakan perusahaan farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda tahun 1817. Kimia Farma Apotek, adalah anak perusahaan yang dibentuk oleh Kimia Farma untuk mengelola apotek-apotek milik perusahaan yang ada, dalam upaya meningkatkan kontribusi penjualan untuk memperbesar penjualan konsolidasi PT. Kimia Farma Tbk. Apotek Kimia Farma merupakan apotek yang dimiliki Negara (BUMN) dibawah naungan PT Kimia Farma Apotek yang sudah banyak dikenal masyarakat luas dengan jaringan tersebar 1.151 apotek diseluruh Indonesia (Anugrahaini, 2018).

Apotek Kimia Farma Babat merupakan apotek pelayanan ke sepuluh dibawah Bisnis Gresik dan merupakan apotek ketiga yang didirikan di Kabupaten Lamongan. Apotek ini baru dibuka pada Desember 2018 dan diresmikan pada tanggal 2 Maret 2019 dengan kunjungan konsumen rata-rata 70 kunjungan perhari. Lokasi apotek mudah diakses karena terletak di tepi jalan dekat dengan pasar Babat yang

merupakan pusat aktivitas masyarakat, sehingga lokasi apotek sangat strategis. Apotek Kimia Farma Babat buka mulai pukul 06.00-22.00 setiap hari, tanggal merah dan hari besar tetap buka. Di sekitar Apotek Kimia Farma Babat radius kurang lebih 500 meter terdapat 4 apotek yang berdiri lebih awal dibandingkan Apotek Kimia Farma Babat.

Apotek Kimia Farma Babat dalam ruangnya terbagi menjadi dua area utama, yaitu area swalayan farmasi dan area *ethical* persepian. Pada area swalayan pasien dapat memilih sendiri obat atau produk lain yang dibutuhkan. Pada area swalayan ini menyediakan obat golongan bebas, bebas terbatas, alat kesehatan, dan produk lainnya yang telah tertata rapi berdasarkan kelompok obat masing-masing. Apotek Kimia Farma hadir di masyarakat untuk memberikan layanan kesehatan, ditengah maraknya persaingan usaha salah satubidang usaha ini yang paling banyak diminati oleh para pengusaha dan apoteker.

Untuk bisa memenangkan persaingan dalam dunia usaha perusahaan harus mampu menampilkan keunggulan dan kelebihan yang identik dengan para pesaingnya. Supaya dapat berhasil, suatu perusahaan harus mampu mempunyai keunggulan yang kompetitif atau sifat unik yang bias membuat produknya lebih diminati dari pada produk pesaingnya (Madura dalam Anugrahaini, 2018). Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memahami kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono dalam Anugrahaini, 2018).

Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dari mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Schiffman dan Kanuk dalam Anugrahaini, 2018). Perusahaan harus mampu memperkirakan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara mengenal dengan baik siapa pelanggan mereka dan mengarahkan usahanya kearah yang berorientasi pada konsumen. Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel yang mempengaruhi dan variabel-

variabel tersebut cenderung saling berinteraksi. Meskipun demikian, bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang jauh lebih besar daripada pesaingnya karena dengan memahami konsumennya. Perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada para konsumennya.

Kinerja bisnis dapat diidentifikasi dengan baik lewat kegiatan pemasaran yang maksimal. Dunia bisnis menuntut kinerja yang baik lewat pemasaran yang unggul dan dapat memenuhi target perusahaan lewat penjualan yang tertarget. Studi mengenai perilaku konsumen sangatlah penting dalam menjalankan konsep pemasaran suatu perusahaan. Tanpa adanya suatu pemahaman dan pengertian tentang konsumen sasaran, maka suatu perusahaan belum menjadikan konsep pemasaran sebagai pedoman meskipun perusahaan tersebut telah menjalankan fungsi pemasaran dengan baik (Kotler dalam Anugrahaini, 2018).

Dengan demikian pentingnya mengetahui perilaku konsumen dalam pembelian obat di apotek, maka untuk melanjutkan penelitian dari peneliti sebelumnya penulis mengambil judul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Obat di Apotek Kimia Farma Babat.

1.2 Perumusan Masalah

Dari pembahasan latar belakang diatas penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian obat di Apotek Kimia Farma Babat?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian obat di Apotek Kimia Farma Babat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas ditetapkan tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui adanya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian obat di Apotek Kimia Farma Babat.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian obat di Apotek Kimia Farma Babat.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat bagi Apotek Kimia Farma Babat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan wawasan mengenai perilaku konsumen dalam pembelian obat dan Apotik Kimia Farma Babat yang merupakan apotek baru, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan evaluasi untuk menjadi lebih baik dalam menentukan strategi pemasaran.

1.4.2 Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai perilaku konsumen dalam pembelian obat dan juga dapat dijadikan pembelajaran untuk menambah wawasan penulis.

1.4.3 Manfaat bagi Pembaca

Hasil penelitian ini harapan besar bisa bermanfaat untuk bahan referensi bagi pembaca untuk penelitian selanjutnya.