

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Apotek

Apotek merupakan sarana pelayanan kefarmasian dan tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh seorang apoteker. Tujuan didirikannya apotek yaitu :

1. Sebagai tempat pengabdian apoteker dengan mengedepankan pelayanan kefarmasian yang berfokus pada pasien berdasarkan standar kompetensi farmasis Indonesia.
2. Melayani kebutuhan obat, bahan obat, alat kesehatan, serta perbekalan farmasi lainnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.
3. 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 (Menkes RI, 2017).

Adapun pengaturan apotek bertujuan untuk (Menkes RI, 2017):

- a) Meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas kefarmasian di apotek;
- b) Memberikan perlindungan kepada pasien dan masyarakat dalam memperoleh pelayanan kefarmasian di apotek;
- c) Menjamin kepastian hukum bagi tenaga kefarmasian dalam memberikan pelayanan kefarmasian di apotek.

2.2 Perilaku Konsumen

2.2.1 Perilaku

Perilaku merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap derajat kesehatan masyarakat karena sehat atau tidak sehatnya lingkungan, kesehatan individu, keluarga dan masyarakat sangat tergantung pada perilaku manusia itu sendiri. Di samping itu, juga ditentukan oleh adat

istiadat, kepercayaan, kebiasaan, pendidikan sosial ekonomi, dan perilaku-perilaku lain yang melekat dalam dirinya (Adliyani, 2015).

Dalam usaha memahami perilaku manusia, dipakai beberapa cara antara lain observasi. Observasi adalah melihat perilaku orang lain dan mencari penyebab atau latar belakang timbulnya perilaku tersebut. Observasi dapat dilakukan dengan wawancara. Wawancara dapat dilakukan secara langsung dengan mengamati orang tersebut. Mempelajari perilaku seseorang ada kaitanya hubungan timbal balik dengan lingkungan dapat dilakukan dengan wawancara, observasi, analogi, serta ikut merasakan dan intuisi (Gunarsa dalam Kartika, 2019).

Perilaku adalah reaksi atau rangsangan seseorang terhadap stimulus dari luar, oleh karena itu perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organism yang saling merespon. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia yaitu (Notoatmodjo dalam Kartika, 2019):

1. Genetika

Genetika adalah pewarisan sifat yang terjadi pada organism makhluk hidup.

2. Sikap

Sikap adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesukaan seseorang terhadap perilaku tertentu.

3. Norma sosial

Norma sosial adalah pengaruh dari tekanan sosial.

4. Kontrol perilaku pribadi

Kontrol perilaku pribadi adalah kepercayaan seseorang terhadap sulit tidaknya melakukan suatu perilaku.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perilaku yaitu semua kegiatan atau aktivitas, baik yang diamati secara langsung maupun tidak langsung oleh pihak luar.

2.2.2 Konsumen

Istilah konsumen dapat dibagi menjadi dua jenis konsumen, yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri, misalnya membeli baju, sepatu dan sabun. Konsumen individu membeli barang dan jasa yang akan digunakan oleh anggota keluarga yang lain, misalnya susu untuk bayi atau digunakan oleh seluruh anggota keluarga, misalnya mesin cuci, furnitur, rumah dan sepeda. Konsumen individu mungkin juga membeli barang dan jasa untuk memberi hadiah kepada saudara, teman atau orang lain. Dalam konteks barang dan jasa yang dibeli kemudian digunakan langsung oleh individu sering disebut sebagai “pemakaian akhir” atau “konsumen akhir” (Sumarwan dalam Kartika, 2019).

Jenis kedua adalah konsumen organisasi, yang mencakup organisasi bisnis, yayasan, forum sosial, kantor pemerintah dan lembaga lainnya (sekolah, perguruan tinggi dan rumah sakit). Semua jenis organisasi ini wajib membeli produk peralatan dan jasa-jasa lainnya untuk menjalankan semua kegiatan organisasinya. Pabrik mie misalnya harus membeli bahan baku seperti tepung terigu, bumbu-bumbu dan bahan baku lainnya untuk membuat dan menjual produk mie. Demikian juga perusahaan jasa seperti perusahaan asuransi harus membeli alat tulis, computer dan kendaraan untuk bisa menghasilkan jasa yang akan dijualnya (Kartika, 2019).

Konsumen individu dan konsumen organisasi termasuk sama pentingnya, yaitu memberikan nilai yang sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi, tanpa konsumen individu, produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan mungkin tidak bisa laku terjual. Secara langsung konsumen individu mempengaruhi maju dan mundurnya perusahaan. Produk sebagus apapun tidak akan ada artinya bagi perusahaan jika konsumen individu tidak membeli. Konsumen individu adalah tulang punggung perekonomian nasional, sebagian besar pabrik dan perusahaan dan sektor pertanian membuat atau menghasilkan produk dan jasa untuk digunakan oleh konsumen akhir. Konsumen merupakan faktor terpenting dan termasuk sumber pendapatan yang harus dijadikan perhatian serius, sehingga kegiatan dan apa yang dibutuhkan konsumen harus dapat terpenuhi oleh perusahaan. Konsumen akan kembali membeli apabila pelayanannya baik dan produk yang mereka cari juga tersedia. Pelayanan yang baik adalah perlu seperti keramahan, harga terjangkau, lokasi yang tersedia nyaman atau tidak sempit dan tidak terlalu luas dan sebagainya (Kartika, 2019).

Konsumen merupakan organisasi atau orang yang membeli barang atau jasa untuk digunakan, dikonsumsi atau dijual kembali atau diolah menjadi barang lain lebih lanjut. Dengan demikian yang dianggap konsumen tidak hanya mencakup konsumen akhir, tetapi juga konsumen antara dan konsumen industri (Sudarmiatin dalam Kartika, 2019).

Perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai semua tindakan dari konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkannya, diawali dari sebelum membeli sampai dengan mengevaluasi produk yang digunakan. Perilaku konsumen jasa tidak berbeda dengan perilaku konsumen barang karena pengguna barang atau pembeli dan jasa hanya merupakan suatu sasaran untuk memenuhi kebutuhan (Kartika, 2019).

2.2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pasien

Teori yang mempelajari mengenai berbagai macam faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli barang atau jasa disebut sebagai versi perilaku konsumen. Ada tiga faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian menurut (Assael dalam Sudarmiatin, 2009) yaitu:

1. Konsumen Individu

Konsumen individu merupakan pilihan untuk membeli barang/jasa dipengaruhi oleh hal-hal yang ada pada diri konsumen seperti:

a. Kebutuhan

Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk bertahan hidup serta untuk memperoleh kesejahteraan dan kenyamanan atau kebutuhan adalah salah satu aspek psikologis yang menggerakkan makhluk hidup dalam aktivitas-aktivitasnya dan menjadi dasar atau alasan berusaha.

b. Persepsi

Persepsi merupakan proses informasi yang bermanfaat dan memiliki empat langkah yaitu *exposure*, perhatian, interpretasi dan ingatan.

c. Sikap

Sikap merupakan suatu proses kognitif, emosi, perceptual dan motivasi organisasi yang berlangsung lama dengan menghormati beberapa aspek lingkungan kita.

d. Kondisi geografis

Kondisi geografis adalah keadaan berdasarkan aspek letak, cuaca, iklim, serta sumber daya. Letak suatu wilayah berhubungan dengan lokasi dan posisi batas.

e. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan kebutuhan sekunder manusia yang mampu berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang yang ingin mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup bisa dilihat dari pakaian, kebiasaan dan lain-lain. Gaya hidup bisa dinilai relatif tergantung penilaian orang lain.

f. Karakteristik kepribadian individu.

Karakteristik kepribadian yaitu keseluruhan cara seorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu lain.

2. Lingkungan

Lingkungan merupakan pilihan konsumen terhadap barang/jasa dipengaruhi oleh lingkungan yang mengintarnya. Ketika konsumen membeli barang/jasa mereka didasari oleh pengaruh lingkungan misalnya karena mengikuti tetangga atau temannya, karena teman atau tetangganya telah membeli terlebih dahulu dan sebagainya. Hal tersebut menjadikan hubungan sosial yang dilakukan oleh seseorang akan turut mempengaruhi pilihan produk yang akan dibeli.

3. Penerapan strategi pemasaran

Penerapan strategi pemasaran merupakan stimuli pemasaran yang dikendalikan oleh pemasar/pelaku bisnis. Pada hal ini pemasar berusaha mempengaruhi konsumen dengan menggunakan teknik pemasaran misalnya promosi, iklan dan sejenisnya supaya konsumen bersedia menentukan produk yang ditawarkan. Strategi pemasaran yang baik dikembangkan oleh pemasar biasanya berhubungan dengan produk yang ditawarkan, harga jual produknya, strategi pemasaran yang dilakukan dan bagaimana pemasar melakukan distribusi produk kepada konsumen.

Strategi pemasaran tersebut biasa disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). *Marketing mix* yaitu elemen pengendalian organisasi sarana komunikasi yang dapat memberikan kepuasan konsumen. *Marketing mix* tradisional terdiri dari 4P yaitu *product, price, place dan promotion* diantaranya (Kartika, 2019):

1. Produk

Dalam pengelolaan produk termasuk juga perencanaan dan pengembangan produk jasa yang baik untuk dipasarkan oleh perusahaan. Perlu adanya suatu panduan untuk mengganti produk yang ada, menambah produk baru atau mengambil cara dan tindakan lain yang bisa mempengaruhi kebijaksanaan dalam memilih produk. Selain itu, keputusan juga perlu diambil menyangkut masalah pembelian merk, pembungkusan, warna, rona dan bentuk produk lainnya

2. Harga

Dalam kebijaksanaan manajemen wajib memilih harga dasar menurut produknya, kemudian memilih kebijaksanaan menyangkut diskon, pembayaran ongkos kirim dan lain-lainnya yang berhubungan dengan harga.

3. Tempat distribusi

Sebagai tugas distribusi adalah memilih perantara yang akan digunakan dalam satuan distribusi, serta mengembangkan distribusi yang secara fisik menangani dan menyangkut produk. Melalui saluran ini agar produk dapat mencapai pasar tepat waktu.

4. Promosi

Promosi ini merupakan yang dipakai untuk memberitahu dan mengetahui pasar terhadap produk perusahaan. Yang termasuk dalam promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas.

Apabila strategi *marketing mix* ini diaplikasi atau dialihkan ke bidang jasa, maka perlu mengalami beberapa modifikasi. Oleh karena karakteristik jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi secara bersama-sama, maka konsumen sering bertanya langsung kepada perusahaan tentang mengenai pemberian jasa tersebut (Kartika, 2019).

Selanjutnya pemasar wajib mengevaluasi strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan melihat respon pembeli untuk memperbaiki strategi pemasaran pada masa depan. Sementara itu konsumen individual akan melakukan penilaian pembelian yang telah dilakukannya. Apabila pembelian yang dilakukan mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan keinginannya tercapai atau dengan kata lain mampu memuaskan apa yang diperlukan dan diinginkannya, maka pada masa yang akan tiba akan terjadi pembelian barang

berulang. Bahkan lebih jauh dari itu konsumen yang merasa puas akan menyampaikan kepuasannya itu pada orang lain dan inilah yang disebut sebagai pengaruh dari mulut ke mulut (*Word of mouth communication*) (Kartika, 2019).

Menurut Alim (2008), perilaku konsumen terdiri dari dua bagian yaitu:

1. Perilaku yang tampak

Perilaku yang tampak contohnya adalah berpakaian, merupakan perilaku dan gejala yang tampak pada kegiatan atau organisasi yang dipengaruhi dengan faktor intern dan ekstern. Beberapa faktor intern antara lain merupakan konsepsi dasar atau modal untuk mengembangkan perilaku makhluk hidup, sedangkan faktor ekstern merupakan syarat berkembangnya perilaku.

Variabel-variabel yang termasuk dalam perilaku ini yaitu:

a. Jumlah pembelian

Jumlah pembelian yaitu seberapa banyak barang yang akan dibeli oleh pembeli.

b. Waktu

Waktu adalah seluruh rangkaian proses atau keadaan yang menentukan dalam pengambilan keputusan pembelian.

c. Karena siapa

Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi banyak faktor internal dan juga eksternal.

d. Dengan siapa

Pihak lain yang ikut serta menentukan atau mendampingi dalam melakukan keputusan pembelian.

e. Bagaimana konsumen melakukan pembelian

2. Perilaku yang tak tampak

Perilaku yang tak tampak merupakan perilaku yang tidak mampu dipahami oleh indera, namun harus menggunakan alat ukur tertentu misalnya psikotes atau berfikir tanggapan perilaku persepsi emosi dalam psikologi dan pengetahuan. variabel-variabel yang termasuk dalam perilaku ini yaitu:

a. Persepsi

Persepsi adalah contoh proses informasi yang berguna dan memiliki empat langkah yaitu exposure, perhatian, interpretasi dan ingatan.

b. Ingatan terhadap informasi

Ingatan merupakan total akumulasi pengalaman pembelajaran sebelumnya, yang terdiri dari berdasarkan ingatan jangka pendek dan ingatan jangka panjang.

c. Perasaan kepemilikan konsumen.

Perilaku pembelian ditentukan oleh ciri pembelian yang merupakan karakteristik individu yang berperan menjadi pembentukan sikap dan merupakan petunjuk penting tentang nilai-nilai yang dianut oleh seorang konsumen, dan juga merupakan sikap dalam menentukan pilihan produk. Di samping itu dipengaruhi pula oleh proses keputusan pembelian yang merupakan tindakan menurut konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk, berdasarkan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, umumnya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Menurut (Alim, 2008) karakteristik pembelian meliputi empat faktor utama:

1. Faktor kultural

Faktor kultural adalah penentu yang paling mendasar atas perilaku keinginan dan perilaku seseorang. Termasuk di dalamnya adalah nilai-nilai hakiki, persepsi, serta perilaku orang yang bersangkutan belajar dari keluarga serta lembaga-lembaga kunci lainnya. Pemasar berusaha untuk menelusuri pergeseran kultural yang mungkin mengungkapkan cara-cara baru untuk melayani para konsumen. Kelas sosial merupakan sub-kultur yang para anggotanya mempunyai prestisi sosial yang sama atas dasar kecenderungan pola jabatan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, serta variabel lainnya. Sub-kultur adalah sebuah segmen dari budaya yang lebih besar dimana pangsa anggota-anggotanya membedakan pola perilakunya.

2. Faktor sosial diantaranya yaitu:

a. Perilaku pembelian

Dalam perilaku pembelian ini biasanya juga dipengaruhi oleh referensi kelompok.

b. Kelompok referensi

Kelompok referensi merupakan kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang (bukan anggota kelompok tersebut) untuk membentuk kepribadian dan perilakunya..

c. Seorang keluarga

Anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembelian, meskipun setiap anggota keluarga memiliki selera dan keinginan yang berbeda. Menurut Hawkins dalam Sudarmiatin (2009) keluarga yaitu sebuah unit yang terdiri dari dua atau lebih orang yang saling berhubungan, satu yang memiliki atau menyewa tempat tinggal. Biasanya dalam melakukan pembelian, seringkali terjadi konflik di dalam keluarga yang diakibatkan oleh adanya perilaku yang berbeda oleh masing-masing anggota keluarga dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, pemasar perlu mengetahui anggota keluarga yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan, mengetahui motivasi dan ketertarikan konsumen.

d. Teman

Teman di sini menggambarkan kerja sama dan saling mendukung antara dua atau lebih untuk menentukan perilaku pembelian atau keputusan pembelian.

e. Organisasi sosial

Organisasi sosial merupakan perkumpulan sosial yang dibuat oleh masyarakat, baik yang berbadan hukum ataupun yang tidak berbadan hukum dan berfungsi sebagai sarana partisipasi masyarakat dalam pembangunan bangsa dan negara.

f. Asosiasi profesional

Asosiasi profesional sangat mempengaruhi pilihan produk serta merk. Posisi seseorang di dalam setiap kelompok ditentukan dari peran dan status. Seorang pembeli akan memilih produk serta merk yang mencerminkan peran dan statusnya.

3. Faktor pribadi diantaranya yaitu:

a. Usia

Usia menunjukkan kematangan seseorang dalam menentukan keputusan ataupun memilih keputusan.

b. Tahap daur hidup

Daur hidup merupakan suatu proses yang dialami makhluk hidup dari tumbuh dan berkembang.

c. Jabatan

Kedudukan yang menunjukkan tugas dan tanggung jawab serta wewenang. Jabatan juga berperan dalam menentukan perilaku pembelian.

d. Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang dipengaruhi oleh jenis aktivitas ekonomi, pendidikan dan pendapatan.

e. Gaya hidup

Gaya hidup adalah kebutuhan sekunder manusia yang mampu berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk memperbarui gaya hidupnya. Gaya hidup bisa dilihat dari pakaian, kebiasaan dan lain-lain. Gaya hidup bisa dinilai relatif tergantung penilaian orang lain.

f. Kepribadian,

Karakteristik pribadi dari pembeli mempengaruhi keputusan pembelian. Gaya hidup konsumen keseluruhan pola bertindak dan berinteraksi di dunia juga merupakan sebuah pengaruh yang penting terhadap pilihan pembeli.

g. Faktor psikologis

Beberapa hal yang mempengaruhi faktor psikologis ini diantaranya yaitu:

a. Motivasi

Motivasi merupakan sebuah pendirian yang mewakili sebuah kekuatan berdasarkan dari yang tidak dapat dilihat, mendorong dan merangsang sebuah respon perilaku dan memberikan arahan

yang spesifik pada respon tersebut. Dengan demikian motivasi merupakan dorongan ketutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan.

b. Persepsi

Persepsi adalah model proses informasi yang bermanfaat yang memiliki empat langkah yaitu *exposure*, perhatian, interpretasi dan ingatan.

c. Belajar

Belajar adalah waktu yang digunakan untuk menjelaskan proses informasi yang mana ingatan dan perilaku dirubah sebagai hasil dari proses informasi yang disadari maupun yang tidak disadari.

d. Sikap

Sikap menjadi suatu pola perilaku, kecenderungan atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri pada situasi sosial atau secara sederhana. Sikap adalah respon terhadap stimuli yang telah terkondisikan.

2.3 Batuk

2.3.1 Definisi

Batuk adalah mekanisme pertahanan diri paling efisien dalam membersihkan saluran nafas yang bertujuan untuk menghilangkan mukus atau dahak, zat beracun dan infeksi dari laring, trakhea, serta bronkus. Batuk juga bisa menjadi pertanda utama terhadap penyakit pernafasan, sehingga dapat menjadi petunjuk bagi tenaga kesehatan yang berwenang untuk membantu penegakan diagnosisnya (Chung dan Pavord, 2003).

2.3.2 Patofisiologi

Batuk merupakan bentuk refleks pertahanan tubuh yang penting untuk meningkatkan pengeluaran sekresi mukus dan partikel asing dari jalan pernafasan dan melindungi terjadinya aspirasi terhadap masuknya benda asing. Setiap batuk terjadi melalui stimulasi refleks arkus yang kompleks. Hal ini diprakarsai oleh reseptor batuk yang berada dalam carina, trakea, titik percabangan saluran udara besar, dan saluran udara yang lebih kecil di bagian distal, serta dalam faring. Laring dan reseptor *tracheobronchial* mempunyai respon yang baik terhadap rangsangan mekanis dan kimia. Reseptor kimia yang peka terhadap panas, asam dan senyawa *capsaicin* akan

memicu refleks batuk melalui aktivasi reseptor tipe 1 vanilloid (*capsaicin*). Impuls dari reseptor batuk yang telah dirangsang akan melintasi jalur aferen melalui saraf vagus ke “pusat batuk” pada medula. Pusat batuk akan membentuk sinyal eferen yang bergerak menuruni vugus, saraf frenikus dan saraf motorik tulang belakang untuk mengaktifkan otot-otot ekspirasi yang berguna membantu batuk (Ikawati, 2011).

Mekanisme batuk dapat dibagi menjadi tiga tahap, yaitu (Harahap, 2007):

1. Fase inspirasi: fase inhalasi yang menghasilkan volume yang diperlukan untuk batuk efektif.
2. Fase kompresi: penutupan laring di kombinasikan dengan kontraksi otot-otot dinding dada, diaframa, sehingga menghasilkan dinding perut menegang akibat tekanan intratoraks.
3. Fase ekspirasi: glotis akan terbuka, mengakibatkan aliran udara ekspirasi yang tinggi dan mengeluarkan suara batuk.

2.3.3 Klasifikasi

Batuk diklasifikasikan menjadi 3 jenis berdasarkan durasinya, yaitu batuk akut, subakut, dan batuk kronis. Batuk akut yaitu batuk yang terjadi kurang dari 3 minggu. Batuk subakut yaitu batuk yang terjadi selama 3-8 minggu, sedangkan batuk kronis yaitu batuk yang terjadi lebih dari 8 minggu. Dari durasi batuk, maka dapat diprediksi penyakitnya. Misalnya batuk akut yang biasanya disebabkan oleh Infeksi Saluran Pernafasan Atas (ISPA) atau bisa juga karena pneumonia dan gagal jantung kongestif. Batuk subakut bisa disebabkan oleh batuk pasca infeksi, bakteri sinusitis maupun batuk karena asma. Sedangkan batuk kronis apabila terjadi pada perokok umumnya merupakan penyakit *Chronic Obstructive Pulmonary Disease (COPD)* dan pada non perokok kemungkinan merupakan *post-nasal drip*, asma dan *gastroesophageal reflux disease* (Ikawati, 2011).

Berdasarkan tanda klinisnya, batuk dibedakan menjadi batuk kering dan batuk berdahak. Batuk kering merupakan batuk yang tidak dimaksudkan untuk membersihkan saluran nafas, biasanya karena rangsangan dari luar. Sedangkan batuk berdahak merupakan batuk yang timbul karena mekanisme pengeluaran mukus atau benda asing di saluran nafas (Ikawati, 2011).

2.3.4 Faktor – Faktor Penyebab Batuk

Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab dari batuk, antara lain (Tjaj dan Rahardja, 2007) :

1. Rangsangan mekanis, misalnya asap rokok, debu jalanan, dll.
2. Adanya perubahan suhu yang tidak menentu..
3. Rangsangan kimiawi, misalnya gas dan bau – bauan.
4. Adanya peradangan atau infeksi karena bakteri atau jamur.
5. Adanya reaksi alergi yang timbul

2.3.5 Terapi

Obat-obatan yang digunakan untuk batuk bermacam-macam tergantung dari jenis batuknya. Terdapat beberapa jenis obat batuk yaitu antitusif, ekspektoran dan mukolitik. Obat antitusif merupakan obat yang ditujukan untuk menekan batuk. Obat-obatan ini kurang memberi manfaat klinis kecuali bila memang batuk tersebut sangat mengganggu. Contoh obat-obatannya adalah kodein, noskapiin dan dekstrometorfan. Ketiganya merupakan obat golongan narkotik (Judith dan April, 2005).

Obat ekspektoran digunakan untuk mengencerkan dahak, sehingga batuk dapat lebih produktif dan memudahkan ekspektorasi. Contoh obat-obatan ini adalah gliseril guaiakolat, *succus liquiriteae* dan *ammonium chloride*. Obat mukolitik merupakan obat yang berfungsi mempercepat ekspektorasi dan mengurangi viskositas sputum. Contoh obatnya adalah asetilsistein, karbosistein, ambroxol dan bromhexin (Ikawati, 2011).

2.4 Flu (Influenza)

2.4.1 Definisi

Influenza merupakan infeksi virus akut yang disebabkan oleh virus influenza, dan menular dengan mudah dari orang ke orang. Virus ini dapat mempengaruhi orang tanpa memandang usia dan jenis kelamin dan tersebar di seluruh dunia (WHO, 2009). Flu sendiri merupakan salah satu penyakit yang *self-limiting*, di mana bila tidak terjadi komplikasi dengan penyakit lain, maka setelah 4-7 hari penyakit akan sembuh sendiri. Daya tahan tubuh seseorang sangat berpengaruh terhadap berat ringannya penyakit tersebut. Daya tahan tubuh dapat dipengaruhi oleh pola hidup seseorang (BPOM, 2006).

2.4.2 Etiologi

Ada tiga jenis influenza musiman (seasonal), diantaranya A, B dan Tipe C. Di antara banyak subtipe virus influenza A, saat ini subtipe influenza A (H5N¹) merupakan yang banyak beredar di antara manusia. Virus influenza bersirkulasi pada setiap bagian dunia. Kasus flu akibat virus tipe C terjadi lebih jarang dibanding A dan B. Oleh karena

itu virus influenza A dan B termasuk dalam vaksin influenza musiman. Influenza musiman dapat menyebar dengan mudah. Saat seseorang yang terinfeksi batuk, tetesan yang terinfeksi masuk ke udara dan orang lain mampu tertular. Mekanisme ini dikenal sebagai *air borne transmission*. Virus juga dapat menyebar oleh tangan yang terinfeksi virus. Untuk mencegah penularan, orang dapat memakai masker, menutup mulut dan hidung mereka menggunakan tisu saat batuk, dan rajin mencuci tangan mereka secara teratur (WHO, 2009).

Virus influenza A inang alamiahnya merupakan unggas akuatik. Virus ini dapat ditularkan pada spesies lain dan dapat mengakibatkan wabah yang berdampak besar pada peternakan unggas domestik atau menimbulkan suatu wabah influenza manusia. Virus A adalah patogen manusia yang paling virulen di antara ketiga tipe influenza dan menimbulkan penyakit paling berat, yang paling terkenal di Indonesia adalah flu babi (H^1N^1) dan flu burung (H^5N^1). Virus influenza B rata-rata hanya menyerang manusia dan lebih jarang dibandingkan virus influenza A. Keragaman antigenic yang terjadi mengakibatkan beberapa tingkat kekebalan diperoleh pada usia muda, tetapi sistem kekebalan ini tidak permanen karena adanya kemungkinan mutasi virus. Virus influenza C menginfeksi manusia, anjing dan babi, terkadang menyebabkan penyakit yang berat dan epidemi lokal. Namun, influenza C jarang terjadi dibanding jenis lain dan biasanya hanya menimbulkan penyakit ringan pada anak-anak (Spickler, 2009).

2.4.3 Gejala

Gejala influenza umumnya yaitu diawali demam tiba-tiba, batuk (batuk kering), nyeri otot, sakit kepala, kelelahan, lemas dan hidung berair. Pada anak dengan influenza B dapat menjadi lebih parah dengan terjadinya diare dan nyeri abdomen. Kebanyakan orang dapat sembuh berdasarkan gejala-gejala ini dalam waktu kurang lebih satu minggu tanpa membutuhkan perawatan medis yang serius. Waktu inkubasi yaitu dari saat mulai terpapar virus hingga munculnya gejala kurang lebih dua hari (Abelson, 2009).

Pada masa inkubasi virus tubuh belum merasakan tanda-tanda apapun. Setelah masa inkubasi gejala-gejala akan dirasakan dan berlangsung terus-menerus sekitar selama satu pekan. Hal ini dapat berpengaruh dengan kerja menurut sistem imun tubuh yang setelah kurang lebih satu minggu tubuh akan mengalami pemulihan sampai akhirnya benar-benar sembuh dari influenza. Untuk orang-orang yang memiliki faktor resiko tinggi misalnya usia di atas 65 tahun, atau orang-orang dengan penyakit tertentu

seperti penyakit kronis pada hati, paru-paru, jantung, ginjal, gangguan metabolik seperti diabetes melitus, atau orang yang sistem imunnya rendah berpotensi mengalami keparahan. Kadang sulit untuk membedakan salesma dan flu pada tahap awal infeksi ini, namun flu dapat diidentifikasi dengan adanya demam mendadak dan lemas atau rasa lelah (Spickler, 2009).

Prognosis pada umumnya baik, penyakit yang tanpa komplikasi berlangsung 1-7 hari. Kematian terbanyak oleh karena infeksi bakteri sekunder. Jika demam yang dialami sudah lebih dari 4 hari dan leukosit $> 10.000/\text{ul}$, biasanya didapatkan infeksi bakteri sekunder (WHO, 2009).

2.5.4 Terapi

Orang yang sedang terkena flu biasanya disarankan untuk beristirahat, meminum banyak cairan, dan apabila perlu mengkonsumsi obat-obatan untuk meredakan gejala yang mengganggu. Tindakan yang dianjurkan untuk meringankan gejala flu tanpa pengobatan meliputi antara lain (BPOM, 2006):

- a) Beristirahat 2-3 hari, mengurangi kegiatan fisik berlebihan.
- b) Meningkatkan gizi makanan. Makanan dengan kalori dan protein yang tinggi akan menambah daya tahan tubuh. Makan buah-buahan segar yang banyak mengandung vitamin.
- c) Banyak minum air hangat, teh akan mengurangi rasa kering di tenggorokan, mengencerkan dahak dan membantu menurunkan demam
- d) Sering-sering berkumur dengan air garam untuk mengurangi rasa nyeri di tenggorokan