

Persaingan Obat Produk Industri di Pekanbaru

By:

Simson Samosir

Drs. Wahyu Hamidi, M.Si

Dr. Jahrizal, SE., M.T

e-mail : Simpson_samosir@yahoo.com

The Level of Competition for Drugs Industries Products in Pekanbaru

ABSTRACT

The research was conducted in the city of Pekanbaru to consumer products of drugs manufactures. This study aims to determine the factors that influence the level competition for drugs industries products in Pekanbaru.

The population numbered 937,939 people and a sample of 100 people was determined by the method Slovin. The data used in the Secondary and Primary Data obtained from PT. BERNOFARM-PKU, PT. KIMIA FARMA-PKU, the Central Statistics Agency (BPS) Riau and questionnaires. The analysis method used is descriptive analysis using ordinal scale (Likert Scale) to classify the measured variables in order to avoid errors in determining the outcome of the data.

The results showed that the partial variable consumer tastes which consists of the brand, quality, future expectation, packaging and labels, the price of the item itself and the price of other goods greatly affect the city of Pekanbaru in selecting medicine products they use. While consumer income variable does not affect the demand of drugs for people In the city of Pekanbaru.

Based on these results it is suggested to the company to keep value of brand equity, quality, reasonable prices and promotions are always held. Besides, it is also expected the company to expand sales outlets drugs product so consumers have no difficulty in finding the products they are looking for. Thus, consumer loyalty to use one brand of drugs it will remain intact.

Keywords: Brand Equity, Quality, Future Expectations, packaging and labels.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri di Indonesia khususnya dalam sektor farmasi dan obat-obatan telah menciptakan sebuah persaingan yang

semakin ketat, dimana saat ini dunia usaha kesehatan masyarakat, perusahaan farmasi atau perusahaan obat-obatan adalah perusahaan bisnis komersial yang fokus dalam

meneliti, mengembangkan, dan mendistribusikan obat terutama dalam hal kesehatan.

Kesehatan merupakan faktor yang penting, sehingga usaha disektor kesehatan mutlak untuk diperhatikan. Dalam hal ini obat merupakan unsur yang tidak bisa dipisahkan dari masalah kesehatan. Penyediaan obat yang memadai dapat menunjang terwujudnya masyarakat yang sehat.

Dengan pertimbangan tersebut maka penyediaan obat-obatan ditengah-tengah berlangsungnya pembangunan memiliki peranan penting dalam proses pembangunan guna menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik dan kesejahteraan masyarakat tersebut. Penyediaan obat-obatan merupakan salah satu sarana yang menunjang dalam meningkatkan sumber daya manusia. Oleh karena itu penyediaan obat-obatan diperlukan sebagai penunjang dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang pada akhirnya menunjang pembangunan ekonomi.

Disamping hal tersebut berdasarkan survei yang dilakukan oleh WHO bahwa kesadaran masyarakat untuk perawatan sendiri atau pengobatan sendiri (swamedikasi) merupakan faktor yang mendorong masyarakat untuk mengkonsumsi obat-obatan, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

- a. Faktor Sosial dan Ekonomi:
Dengan meningkatkan pemberdayaan masyarakat berakibat pada semakin tinggi tingkat pendidikan dan semakin mudah mendapatkan akses informasi. Dikombinasikan dengan ketertarikan tingkat individu

terhadap masalah kesehatan sehingga terjadi peningkatan untuk dapat berpartisipasi langsung terhadap pengambilan keputusan dalam masalah kesehatan.

- b. Gaya Hidup
Kesadaran mengenai adanya dampak beberapa gaya hidup yang dapat berakibat pada kesehatan, membuat semakin banyak orang yang lebih peduli untuk menjaga kesehatannya daripada harus mengobati bila terjadi penyakitnya kelak.
- c. Kemudahan Memperoleh Produk Obat
Saat ini pasien dan konsumen lebih memilih kenyamanan membeli obat yang dapat diperoleh dimana saja, dibandingkan harus menunggu lama di rumah sakit atau klinik.
- d. Faktor Kesehatan Lingkungan
Dengan adanya praktek sanitasi yang baik, pemilihan nutrisi yang tepat serta lingkungan perumahan yang sehat, meningkatkan kemampuan masyarakat untuk dapat menjaga dan mempertahankan kesehatan serta menjaga terkena penyakit.
- e. Ketersediaan Produk Baru
Saat ini semakin banyak tersedia produk obat baru, yang lebih sesuai untuk pengobatan sendiri. Selain itu ada juga beberapa produk obat yang telah dikenal sejak lama serta mempunyai indeks keamanan yang baik, juga telah dimasukkan dalam kategori obat bebas, membuat

pilihan produk obat untuk pengobatan sendiri semakin banyak tersedia.

Pengobatan sendiri atau swamedikasi adalah tindakan yang dilakukan untuk mengatasi masalah kesehatan dengan menggunakan obat-obatan yang dapat dikonsumsi tanpa pengawasan dokter.

Berkaitan dengan pengobatan sendiri (swamedikasi) seperti yang telah disebutkan sebelumnya, telah dikeluarkan berbagai peraturan perundangan. Pengobatan sendiri hanya boleh menggunakan obat yang termasuk golongan obat bebas dan obat bebas terbatas (SK Menkes No.2380/1983). Obat bebas adalah obat yang bebas dijual di pasaran dan dapat dibeli tanpa resep dokter. Tanda khusus untuk obat bebas adalah berupa lingkaran berwarna hijau dengan garis tepi berwarna hitam. Sedangkan obat bebas terbatas adalah obat yang dijual bebas dan dapat dibeli tanpa dengan resep dokter, tetapi disertai dengan tanda peringatan. Tanda khusus untuk obat ini adalah lingkaran berwarna biru dengan garis tepi hitam. Semua obat yang termasuk golongan obat bebas dan obat bebas terbatas wajib mencantumkan keterangan pada setiap kemasannya tentang kandungan zat berkhasiat, kegunaan, aturan pakai, dan pernyataan lain yang diperlukan (SK Menkes No.917/1993). Semua kemasan obat bebas terbatas wajib mencatumkan tanda peringatan “*apabila sakit berlanjut segera hubungi dokter*” (SK Menkes No.386 /1994)⁸ dan bila digunakan secara benar, obat bebas dan obat bebas terbatas seharusnya bisa sangat membantu masyarakat dalam pengobatan sendiri secara aman dan efektif.

Ada keuntungan pengobatan sendiri sehingga masyarakat memilih untuk menjalani pengobatan sendiri (swamedikasi) dan hal tersebut adalah aman apabila digunakan sesuai dengan petunjuk (efek samping dapat diperkirakan), efektif untuk menghilangkan keluhan karena 80 % sakit bersifat *self-limiting*, yaitu sembuh sendiri tanpa intervensi tenaga kesehatan, biaya pembelian obat relatif murah daripada biaya pelayanan kesehatan, hemat waktu karena tidak perlu mengunjungi fasilitas/profesi kesehatan, kepuasan karena berperan aktif dalam pengambilan keputusan terapi, berperan serta dalam sistem pelayanan kesehatan, menghindari rasa malu atau stress apabila harus menampakkan bagian tubuh tertentu dihadapan tenaga kesehatan, dan membantu pemerintah untuk mengatasi keterbatasan jumlah tenaga kesehatan pada masyarakat.

Berikutgambaran pertumbuhan farmasi di Indonesia :

Tabel 1. Gambaran pertumbuhan Farmasi di Indonesia

Tahun	Jumlah (Rp.)
2007	25.027 T
2008	28,2 T
2009	33,6 T
2010	37,53 T
2011	41,99 T
2012	43,3 T

Sumber : *Bisnis Indonesia Februari 2012*

Pertumbuhan Farmasi nasional yang tinggi juga dapat dilihat dari peningkatan penjualan beberapa perusahaan farmasi lokal pada tahun 2012. Rata-rata penjualan sepuluh perusahaan farmasi lokal yakni Kalbe Farma, Tempo Scan

Pacific, Kimia Farma Tbk, Indofarma, Sanbe Farma, Bintang Toedjoe, Dexa Medica, Phapros, Konimex dan satu perusahaan PMA yaitu Pfizer yang menguasai market share obat-obatan di Indonesia sekitar 40%, pada semester pertama tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 20%.

Untuk itu penyediaan obat-obatan bagi masyarakat mencakup persediaan obat yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan penyakit yang harus diobati. Kemudian mutu obat yang tersedia harus menjamin kegunaan dan keamanannya. Produsen obat yang ada merupakan produsen obat yang terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan konsumsi obat masyarakat.

Untuk kota Pekanbaru sendiri, produsen obat yang ada merupakan produsen obat yang telah ada secara nasional sebab setiap produsen obat meningkatkan penjualannya dengan cara mendistribusikannya secara nasional di setiap daerah yang ada di Indonesia, termasuk Pekanbaru sebagai Ibukota Provinsi Riau yang terus mengalami perkembangan, dan merupakan daerah yang cukup memiliki potensi pasar yang cukup besar.

Berikut beberapa gambaran mengenai penjualan obat yang ada di Pekanbaru :

Tabel 2. Jumlah permintaan obat produksi PT BERNOFARM di Kota Pekanbaru berdasarkan harga yang berlaku pada PT BERNOFARM

No.	Tahun	Jumlah (box)	Harga rata-rata
1	2008	16.797	83.118
2	2009	27.690	90.540
3	2010	32.2184	104.132
4	2011	38.667	120.770
5	2012	38.795	121.045

Sumber: PTBERNOFARM Pekanbaru 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat perkembangan jumlah permintaan obat produksi PT BERNOFARM dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hingga tahun 2012 permintaan obat mencapai 38.795 box. Peningkatan permintaan tertinggi terjadi pada tahun 2009 dengan perubahan 10.893 box. Dan yang terendah terjadi di tahun 2012 yaitu sebesar 128. Begitu pula halnya dengan peningkatan harga rata-rata obat yang meningkat dari tahun ke tahun.

Selanjutnya untuk melihat lebih jelas tentang persaingan obat produk industri di Pekanbaru, terdapat gambaran mengenai perkembangan permintaan obat produk industri KIMIA FARMAdi Pekanbaru.

Tabel 3. Jumlah permintaan obat produksi PT KIMIA FARMA di Kota Pekanbaru berdasarkan harga yang berlaku pada PT KIMIA FARMA

No	Jumlah (box)	Harga rata-rata
2008	8.215.436	122.584
2009	9.858.415	137.295
2010	11.041.425	153.769
2011	12.366.396	172.222
2012	12.737.487	177.738

Sumber : PT KIMIA FARMA Pekanbaru 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah perkembangan jumlah permintaan obat produksi PT KIMIA FARMA dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hingga tahun 2012 permintaan obat mencapai 12.737.487 box. Peningkatan jumlah permintaan tertinggi terjadi pada tahun 2010 dengan perubahan 1.183.010 box. Dan yang terendah terjadi ditahun 2012 yaitu sebesar 371.091. begitu juga halnya dengan peningkatan harga rata-rata obat dari tahun ke tahun.

Sejalan dengan meningkatnya konsumsi obat-obatan nasional terkhusus di Pekanbaru, maka industri farmasi dituntut untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di dalam pasar farmasi. Apalagi dengan maraknya produk obat-obatan impor yang masuk dengan kualitas dan harga yang kompetitif membuat persaingan pasar industri farmasi semakin tajam. Akibat dari persaingan tersebut maka produsen dituntut untuk melakukan inovasi-inovasi produk baru yang berbeda dari para pesaingnya untuk merebut minat dari konsumen dalam menguasai pasar.

Hal ini didukung juga dengan adanya program Sistem Jaminan Sosial Nasional di bidang kesehatan oleh pemerintah yang secara langsung akan berpengaruh terhadap konsumsi obat masyarakat secara keseluruhan. Obat tersebut merupakan produk-produk Industri Farmasi yang ada di Indonesia, dengan dilaksanakannya Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) di bidang kesehatan, kebutuhan obat-obatan di Tanah Air, khususnya obat generik, dipastikan akan meningkat. Penerapan sistem pembiayaan kesehatan dan target cakupan semesta obat oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) di bidang kesehatan mulai 1 Januari 2014, membuat target pasar obat publik terus meningkat untuk memenuhi kebutuhan 240 juta penduduk Indonesia.

Kemudian peluang pasar OGB akan cukup besar, apalagi ketika SJSN 2014 sudah berlaku, kebutuhannya bisa mencapai Rp 10 triliun. Sehingga, tingginya kebutuhan ini akan membuat persaingan industri farmasi di Indonesia akan semakin ketat karena akan banyak industri yang memproduksi obat-obatan. Beberapa Industri sudah meningkatkan kapasitas produksi dan bahkan membangun pabrik baru. Persaingan obat pasti akan meningkat karena mulai bertambahnya pemain baru atau perusahaan swasta lainnya yang akan memproduksi obat-obatan.

Menurut data Kementerian Kesehatan, saat ini ada sekitar 236 industri farmasi yang memenuhi kebutuhan obat di Tanah Air. Nilai pasar farmasi di Indonesia sekitar Rp 44 triliun dengan Rp 4,4 triliun (10 persen) merupakan obat generik yang notabene merupakan obat produk

industri. Kebutuhan obat nasional saat ini dipenuhi industri lokal sebesar 90 persen walau sekitar 90 persen bahan baku obat masih diimpor. Sisanya, obat diimpor. Kementerian Kesehatan juga telah menyiapkan *roadmap* untuk mendukung Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN). Terkait penyediaan dan pemerataan obat, dikembangkan estimasi kebutuhan dan pemenuhan kebutuhan melalui *e-logistic* tahun 2012.

Dengan pertimbangan tersebut maka persaingan industri obat-obatan yang ada di Indonesia khususnya Pekanbaru terus mengalami perkembangan seiring dengan pertumbuhan ekonomi, pertumbuhan pembangunan, dan pertumbuhan penduduk. Jika berbicara tentang persaingan obat produk industri maka tidak terlepas dari perkembangan Industri farmasi, dikarenakan obat merupakan produk dari Industri farmasi.

Farmasi sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia berkembang seiring dengan perkembangan peradaban manusia. Farmasi awalnya berupa pelayanan yang berfungsi melindungi manusia dari penderitaan, namun sekarang telah berkembang menjadi profesi yang menjanjikan. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, kebutuhan akan farmasi berkembang. Pasar farmasi perlu diorganisir dan pengorganisasiannya mulai mempengaruhi pasar industri.

Industri farmasi Indonesia masih relatif sederhana berupa industri manufaktur sehingga pasar kurang berkembang. Padahal, industri farmasi manapun di dunia harus sudah berbasis riset dengan berorientasi pada mutu (Agoes, 1999).

Secara struktural, industri farmasi nasional mempunyai kelemahan mendasar. Sembilan puluh persen kebutuhan bahan baku obat masih harus di impor. Situasi ini mencerminkan ketergantungan industri farmasi nasional terhadap impor. Padahal, jumlah obat yang beredar di masyarakat yang mencapai lebih dari 12 ribu jenis.

Menurut Sampurno dan Ahaditomo dalam GP Farmasi (2003), di negara maju asuransi kesehatan berperan sebagai kontrol harga obat. Obat-obat yang mahal tidak akan masuk dalam daftar plafon harga obat yang mereka susun karena 70 persen belanja obat ditanggung oleh asuransi. Di Indonesia, ada regulasi yang mengatur harga obat sehingga produsen wajib mencantumkan harga tertinggi.

Sebagai akibat dari persaingan industri obat tersebut maka semua produsen obat berupaya untuk meningkatkan kualitas dan mutu serta kegiatan promosi untuk bersaing di pasaran. Begitu juga halnya di Pekanbaru dengan banyaknya produk-produk obat yang masuk maka diharapkan industri obat dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin lama semakin bertambah seiring dengan pembangunan yang juga semakin berkembang.

Sebelum membahas tentang persaingan dalam industri obat-obatan, terlebih dahulu diperlukan pengertian tentang obat itu sendiri agar lebih mudah memahami kajian mengenai industri obat-obatan.

Obat secara umum didefinisikan sebagai bahan yang menyebabkan perubahan dalam fungsi biologis melalui proses kimia.

Menurut Kementerian Kesehatan Nasional obat juga dapat didefinisikan sebagai bahan atau paduan bahan, termasuk produk biologi yang digunakan untuk mempengaruhi atau menyelidiki sistem fisiologi atau keadaan patologi dalam rangka penetapan diagnosis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan dan kontrasepsi untuk manusia.

Obat juga dapat dibedakan menjadi **Obat generik dan Obat paten**. Dimana obat generik adalah obat yang telah habis masa patennya, sehingga dapat diproduksi oleh semua perusahaan farmasi tanpa perlu membayar royalti. Ada dua jenis obat generik, yaitu obat generik bermerek dagang dan obat generik berlogo yang dipasarkan dengan merek kandungan zat aktifnya. Dalam obat generik bermerek, kandungan zat aktif itu diberi nama (merek). Sedangkan obat paten merupakan obat yang masa patennya masih berlaku sehingga harga obat tersebut cenderung mahal dikarenakan royalti yang harus dibayar.

Jenis obat yang beredar di Indonesia antara lain : obat narkotika, obat keras wajib apoteker (G2), obat psikotropika, obat bebas terbatas (W), obat keras (G1), dan obat bebas. Penandaan dalam kemasan obat beredar terdiri dari *Red Dot* (lingkaran merah), *Blue Dot* (lingkaran biru) dan *Green Dot* (lingkaran hijau). *Red Dot* (lingkaran merah) adalah penandaan dalam kemasan dengan lingkaran merah. Contoh *Red Dot* ini terdapat dalam obat narkotika, psikotropika, keras G1 dan keras G2. Obat dengan lingkaran merah hanya bisa diberikan kepada pasien melalui resep

(*prescription only*), kecuali obat keras G2 bisa diserahkan tanpa resep oleh apoteker dalam jumlah terbatas di apotik. *Blue Dot* (lingkaran biru) yaitu obat dengan penandaan lingkaran biru merupakan obat bebas terbatas. Obat jenis ini hanya diperjualbelikan secara bebas di apotik dan toko obat berizin. Terakhir, *Green Dot* (lingkaran hijau) yaitu obat dengan penandaan lingkaran hijau dapat bebas diperjualbelikan selain di apotik, toko obat dapat dijual pula di outlet dan warung. Lestari (2006)

Ekonomi Industri merupakan suatu keahlian khusus dalam ilmu ekonomi yang menjelaskan tentang perlunya pengorganisasian pasar dan bagaimana pengorganisasian pasar ini dapat mempengaruhi cara kerja pasar industri. Ekonomi industri menelaah struktur pasar dan perusahaan yang secara relatif lebih menekankan kepada studi empiris dari faktor-faktor yang mempengaruhi struktur, perilaku, dan kinerja pasar (Jaya, 2001).

Indonesia dengan penduduk lebih dari 200 juta jiwa, merupakan pasar yang sangat menarik dalam pemasaran produk-produk farmasi, terutama obat-obatan. Di Indonesia saat ini terdapat 205 perusahaan farmasi. Di antara sekian banyak perusahaan itu, yang masih aktif hanya sekitar 198 perusahaan termasuk didalamnya 4 perusahaan milik negara, 33 perusahaan penanaman modal asing (PMA), dan sisanya perusahaan swasta lokal. Perusahaan yang masih aktif ini dianggap sebagai kunci penggerak utama kemajuan industri farmasi nasional (Biantoro, 2003).

Industri farmasi di Indonesia relatif masih muda dibandingkan dengan negara-negara yang sudah maju

dimana pangsa pasar farmasi Indonesia (2004) relatif kecil apabila dibandingkan dengan pasar farmasi global yaitu 0,25%. Meskipun demikian jika dilihat dari pertumbuhan farmasi di Indonesia yang relatif cukup tinggi sekitar 15% (2004) dan merupakan pangsa pasar farmasi terbesar di ASEAN. Kedepannya pasar farmasi di Indonesia diperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi mengingat konsumsi obat perkapita di Indonesia yang relatif masih rendah.

Didalam struktur persaingan pasar banyak hal yang dapat diamati, dimana variabel-variabel mikro dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku-perilaku variabel makro. Kajian-kajian tentang Ekonomi Industri dilakukan dalam sistem mekanisme pasar. Ada dua kondisi dasar di dalam pasar yaitu sisi penawaran dan sisi permintaan, kemudian kondisi dasar tersebut dijelaskan oleh elastisitas permintaan yang terjadi di dalam pasar. Jika diartikan secara sederhana pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli.

Kemudian hal yang harus diperhatikan adalah pangsa pasar. Pangsa pasar adalah ukuran relatif dari sebuah perusahaan melalui perbandingan antara hasil penjualan dengan total penjualan industri keseluruhan. Konsep pangsa pasar adalah presentasi pangsa dari suatu perusahaan terhadap total industri dalam pasar dengan kisaran nilai 0 hingga 100 persen (Jaya, 2001).

Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah tersebut dapat disusun perumuan masalah sebagai berikut:

“ Faktor apa saja yang mempengaruhi persaingan obat produk industri di Pekanbaru”.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- a. Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan obat produk Industri di Kota Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui perkembangan pasar Industri obat di Pekanbaru

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai:

- a. Sumber informasi bagi Industri Obat untuk memperlancar distribusi permintaan obat di Pekanbaru.
- b. Sumber penelitian lebih lanjut
- c. Sumber informasi bagi berbagai pihak terkait yang terlibat dalam peningkatan derajat kesehatan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Pekanbaru. Dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan Ibu Kota Provinsi Riau yang merupakan pusat pemerintahan, pusat industri, perdagangan dan jasa serta di daerah ini mengalami peningkatan populasi masyarakat yang cukup tinggi. Sehingga penulis merasa perlu untuk melihat bagaimana pola persaingan industri obat di kota Pekanbaru.

Populasi dan sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek

dan subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2003:77).

Besaran atau ukuran sampel ini sampel sangat tergantung dari besaran tingkat ketelitian atau kesalahan yang diinginkan peneliti. Namun, dalam hal tingkat kesalahan, pada penelitian sosial maksimal tingkat kesalahannya adalah 5% (0,05). Makin besar tingkat kesalahan maka makin kecil jumlah sampel. Namun yang perlu diperhatikan adalah semakin besar jumlah sampel (semakin mendekati populasi) maka semakin kecil peluang kesalahan generalisasi dan sebaliknya, semakin kecil jumlah sampel (menjauhi jumlah populasi) maka semakin besar peluang kesalahan generalisasi.

Populasi

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah masyarakat Pekanbaru dan pernah mengkonsumsi obat produk industri. Hal ini dikarenakan konsumsi terhadap obat-obatan bisa datang kapan saja yang disebabkan oleh banyak faktor, sehingga pola konsumsi obat tidak terlalu dipengaruhi oleh umur, jenis kelamin, ataupun faktor sosial lainnya.

Sampel

Besarnya ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2003:78) yaitu :

$$= \frac{N}{1 + Ne}^2$$

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi Sampel

e : Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Dengan kelonggaran ketidakteelitian (e) yang ditetapkan sebesar 10% maka dapat ditetapkan sampel dalam penelitian ini, yaitu :

$$x = \frac{964.558}{1 + 964.558 (0,1)^2}$$

$$x = \frac{964.558}{1 + 964.558 (0,01)}$$

$$x = \frac{964.558}{1 + 9645,58}$$

$$x = \frac{964.558}{9646,58} = 99,9 \quad (\text{dibulatkan}$$

menjadi 100)

Jadi besarnya ukuran sampel yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden. Disamping itu juga mempertimbangkan faktor biaya, waktu dan tenaga. Dalam penelitian ini digunakan metode pengambilan sampel dengan cara *Accidental sampling*. *Accidental Sampling* adalah pemilihan sampel yang mudah ditemui.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden, dalam hal ini data pengguna produk industri obat di Kota Pekanbaru.

Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh langsung dari publikasi resmi, Badan Pusat Statistik, media surat kabar dan internet, dan sumber lain yang mempunyai hubungan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan maka digunakan beberapa cara, yaitu:

- Mengumpulkan data-data sekunder yang dibutuhkan

melalui instansi yang berhubungan dengan objek penelitian.

- b. Questioner dalam bentuk pertanyaan yang menyangkut variabel-variabel yang dibutuhkan dalam penelitian.
- c. Wawancara, teknik ini dapat menemukan informasi-informasi tambahan baik itu dari responden, pihak penjual obat, maupun pihak lain yang berkaitan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Untuk meneliti pengaruh variabel jumlah penduduk, pendapatan masyarakat, harga barang itu sendiri, harga barang lain dan selera konsumen terhadap persaingan obat produk industri di Pekanbaru digunakan analisis data yaitu:

Metode Analisa Deskriptif

Dalam hal ini peneliti menggunakan metode deskriptif karena obat merupakan kebutuhan yang bersifat insidental, yaitu ketika seseorang merasakan tubuhnya tidak dalam keadaan yang sehat maka seseorang akan mengkonsumsi obat. Selain itu seseorang akan melakukan pembelian obat untuk tindakan antisipatif sebab seseorang tidak bisa memastikan kapan dia akan berada dalam keadaan sakit sehingga seseorang hanya dapat melakukan tindakan antisipasi saja untuk menghadapi keadaan dimana tubuh tidak sehat/sakit yaitu dengan menyediakan obat yang diprediksi akan dapat digunakan ketika seseorang merasa sakit.

Metode deskriptif yaitu membahas permasalahan penelitian dengan menguraikan dan menjelaskan berdasarkan data yang diperoleh serta diinterpretasikan sesuai dengan teori-teori yang

relevan sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi (Husein, 2007:78).

Dalam hal ini faktor-faktor yang dikaji lebih mengarah kepada faktor yang berkaitan dengan permintaan obat produk industri, yang mana hal tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi persaingan obat produk industri di Pekanbaru.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal (skala likert) untuk mengetahui tanggapan dari responden.

Menurut Umar (2003:96) skala ordinal (skala likert) pengukuran data dari tingkat yang paling rendah ke tingkat yang paling tinggi atau sebaliknya dengan tidak memperhatikan interval data tersebut. Skala likert merupakan skala yang memperlihatkan tanggapan konsumen terhadap karakteristik suatu produk. Skor jawaban responden dalam penelitian ini terdiri atas lima alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai yang bertingkat dari objek penelitian melalui jawaban pertanyaan yang diberi nilai 1 sampai dengan 5, yaitu:

- a. Jawaban sangat setuju (SS)
= 5
- b. Jawaban setuju (S)
= 4
- c. Jawaban netral (N)
= 3
- d. Jawaban tidak setuju (TS)
= 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju (STS)
= 1

Tipe skala pengukuran yang digunakan adalah menggunakan skala likert, alasan penulis menggunakan skala likert adalah untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang

kejadian atau gejala sosial, sehingga dapat merefleksikan tentang signifikansi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat memilih obat produk industri.

Deskripsi masing-masing variabel atau sub-sub variabel per indikator/pertanyaan dijelaskan dengan mengacu kepada jenjang range dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Jenjang Range} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah alternatif jawaban}}$$

Hasil jenjang range digambarkan pada garis kontinum untuk menilai intensitas pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Tinjauan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan obat produk industri di Pekanbaru dalam memilih obat untuk menjaga kesehatan tubuh dapat diukur dari komponen-komponen dalam ruang lingkup faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan obat produk industri, meliputi : jumlah pendapatan masyarakat, selera konsumen, harga barang lain, dan harga barang itu sendiri.

1. Selera Konsumen

Selera konsumen merupakan ketertarikan konsumen akan suatu produk baik dari segi kualitas, merek, desain kemasan dan label. Dengan ketertarikan ini maka akan mempengaruhi persaingan dalam permintaan akan produk tersebut. Dalam penelitian ini yang tergolong ke dalam selera konsumen adalah merek, kemasan dan label, kualitas, ekspektasi di masa depan dan pajangan.

a. Merek

Pemberian merek merupakan hal yang penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam memasarkan produknya, dimana merek merupakan lambang suatu produk. Apabila tanpa adanya merek pada suatu kategori produk yang sama maka akan sulit bagi konsumen untuk membedakan produk yang satu dengan lainnya. Kotler (2005:82) mendefinisikan merek sebagai berikut : “Merek merupakan nama, istilah, tanda, desain/symbol, ataupun kombinasinya yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing, dengan demikian merek menjadi tanda pengenal, penjual dan pembeli”.

termasuk ke dalam kategori variabel yang mempengaruhi persaingan obat produk industri di Kota Pekanbaru.

b. Kemasan dan label

Menurut Kotler dan Armstrong (2004) cara lain untuk menambah nilai konsumen adalah melalui desain kemasan dan label atau rancang produk yang berbeda dari yang lain. Desain kemasan dan label merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen.

Desain kemasan dan label merupakan proses yang berkaitan dengan

perancangan atau pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk dan merupakan ciri keistimewaan, keunikan atau kekhasan yang menjadikan produk berbeda dari produk pesaing lain dan merupakan tanda pengenal suatu produk.

c. Kualitas

Kualitas adalah kemampuan atau kehandalan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya. Kepuasan pelanggan akan timbul jika produk yang dibeli dan digunakannya sesuai dengan spesifikasi yang diberikan oleh perusahaan. Tjipto dan Chandra (2005) menjelaskan bahwa kualitas berkaitan erat dengan pelanggan dan mempunyai sikap loyal terhadap produk tersebut.

d. Ekspektasi Masa Depan

Ekspektasi masa depan merupakan harapan konsumen terhadap harga dan tersedianya barang di masa depan, serta kemungkinan substitusinya akan mempengaruhi permintaan akan barang tersebut. Harapan konsumen dalam hubungannya dengan barang di masa yang akan datang memberikan dampak positif kepada perusahaan bila konsumen merasa pesimis, sehingga konsumen meminta lebih banyak barang pada saat ini dan memberikan dampak negatif bila konsumen merasa optimis karena konsumen akan meminta lebih sedikit akan barang tersebut saat ini.

e. Pajangan

Pajangan merupakan tata letak atau tempat suatu produk akan dijual, dipertunjukkan dan dipamerkan.

Penempatan suatu barang yang akan dijual hendaknya diperhatikan karena dengan terlihatnya barang yang akan diperjualbelikan akan menarik perhatian konsumen, dengan melihat maka mereka akan memperhatikan produk yang dipajang yang kemudian akan disertai rasa ketertarikan untuk membeli.

letak merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi persaingan obat produk industri di Pekanbaru. Dalam hal ini pajangan/tata letak dikategorikan ke dalam faktor yang mempengaruhi persaingan obat produk industri di Pekanbaru.

2. Harga Barang Lain

Mengenai pengaruh harga barang lain terhadap permintaan dilihat dengan pengaruh harga barang substitusi, barang komplementer, dan barang netral. Barang substitusi (pengganti) misalnya, adalah barang yang dapat mengganti fungsi dari barang lain sehingga harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Pada umumnya, bila harga barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan. Barang komplementer (pelengkap) adalah barang yang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya. Dalam hal ini kenaikan atau penurunan permintaan akan barang komplementer berjalan seiring dengan perubahan permintaan komoditas yang dilengkapinya. Barang netral adalah barang yang tidak berhubungan sama sekali dengan barang lainnya, sehingga permintaan atas salah satu barang tidak mempengaruhi permintaan

barang lainnya. Dalam kaitannya dengan barang konsumsi, barang netral adalah barang-barang konsumsi yang jumlah pemakaiannya tidak berubah walaupun pendapatan konsumen mengalami perubahan. (Sugiarto dkk, 2005: 43-44).

3. Harga

Sugiarto (2005:34) berpendapat bahwa teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta dan harga serta penentuan kurva permintaan. Secara umum bila harga komoditas tinggi, hanya sedikit yang mampu membelinya. Akibatnya komoditas yang dibelinya sedikit saja. Kalau harga komoditas tersebut diturunkan, lebih banyak orang yang akan membelinya, sehingga jumlah komoditas yang dibeli semakin banyak.

Sedangkan pengertian harga menurut (Sukirno, 2005), harga merupakan tingkat kemampuan suatu barang untuk ditukarkan dengan barang lain atau jasa dan bisa dinilai dengan uang. Pengertian secara garis besar adalah jumlah barang lain yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu jenis barang atau jasa tertentu.

Adapun uraian masing-masing variabel dependen dan independen yang telah diteliti, maka secara parsial (sendiri-sendiri) dapat ditabulasikan skor masing-masing variabel. Dapat kita lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 27. Skor variabel secara parsial yang mempengaruhi persaingan obat produk industri di Pekanbaru

No.	Variabel	Kategori
1	Pendapatan Masyarakat	Tidak Mempengaruhi
2	Selera Konsumen	
	Merek	Mempengaruhi
	Kemasan dan Label	Sangat Mempengaruhi
	Kualitas	Mempengaruhi
	Ekspektasi Masa Depan	Sangat Mempengaruhi
	Pajangan	Cukup Mempengaruhi
3	Harga Barang Lain	Sangat Mempengaruhi
4	Harga Barang itu Sendiri	Mempengaruhi

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Dari tabel diatas bahwa variabel kemasan dan label, ekspektasi masa depan, dan harga barang lain mempunyai skor yang paling tinggi dan merupakan indikator yang sangat mempengaruhi dalam persaingan obat produk industri di Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1). Besarnya tingkat pendapatan yang diterima oleh masyarakat di Kota Pekanbaru tidak mempengaruhi permintaan akan obat produk industri. Karena produk obat-obatan digolongkan kepada barang esensial yaitu barang yang tidak

akan mengalami pengurangan ataupun penambahan permintaan ketika pendapatan mengalami perubahan.

- 2). Dari hasil penelitian yang dilakukan dilapangan maka didapat kesimpulan yang sangat signifikan dimana variabel independen yaitu selera konsumen dan harga barang lain sangat mempengaruhi permintaan obat-obatan produk industri.
- 3). Skor yang paling tinggi dalam mempengaruhi persaingan produk obat di Pekanbaru adalah ekspektasi dimasa depan, harga barang lain, kemasan dan label. Sementara skor yang paling rendah yang cukup mempengaruhi permintaan persaingan obat produk industri di Pekanbaru pajangan/tata letak, dan faktor yang tidak mempengaruhi persaingan obat produk industri di Pekanbaru adalah pendapatan.
- 4). Kewenangan perusahaan dalam berinovasi terhadap produk obat-obatan sehingga mengalihkan jenis produk obat lain karena khasiat dan penggunaannya lebih baik sehingga memberikan penilaian bagi masyarakat untuk memilih produk obat yang lebih baik dan harga yang relatif lebih terjangkau.
- 5). Penelitian dilakukan di Masyarakat Pekanbaru sangat signifikan terhadap Selera (Kemasan dan label serta ekpektasi masyarakat), dan Harga barang lain.

Saran

- 1). Untuk meningkatkan daya saing produsen obat-obatan di Pekanbaru, maka diharapkan kepada pihak industri agar mampu memberikan perhatian yang lebih kepada para konsumen. Misalnya menanggapi keluhan-keluhan dari pada konsumen. Sehingga keluhan-keluhan ini bisa menjadi bahan evaluasi kepada pihak perusahaan kedepan untuk lebih baik lagi.
- 2). Diharapkan kepada pihak perusahaan agar menjaga keunggulan merek obat-obatan yang diproduksi dan mampu berusaha lebih baik lagi untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen baik dalam bidang kualitas, kemasan/lebel yang menarik, dan dari segi pajangan. Serta mampu bersaing dibidang harga. Dengan kondisi harga barang yang terjangkau maka akan semakinmeningkatkan daya saing produsen obata-obatan yang ada di Pekanbaru.
- 3). Dengan kondisi harga barang yang terjangkau maka akan semakin banyak permintaan ditambah dengan jaminan mutu terhadap produk tersebut yang dapat dipercaya.
- 4). Promosi melalui iklan dan brosur dapat memberikan efek yang positif terhadap pengguna terutama untuk jaminan kualitas yang dijanjikan oleh perusahaan.
- 5). Jaminan yang diberikan kepada pelanggan harus menjadikan bukti keunggulan produk agar dapat bersaing terhadap produk obat lainnya lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, G. 1999. Perspektif Industri Farmasi Nasional Menuju Era Globalisasi. *Info Logkes*. I (3): 5-8.
- Baye 2000, M.R *managerial economics and business strategy, mac graw hill 2007. Book (7)*
- Bisnis Indonesia 2012.
- Biantoro, L.C. 2003. Prospek Saham Sektor Farmasi masih Menjanjikan. Suara Karya Ed. 31 Januari.
- Eneng Dahlia Sri Lestari, Analisis Industri Farmasi di Indonesia: Pendekatan Organisasi Industri 2006.
- Husein Umar, 2007, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- IMS Health, *Intercontinental Marketing Service Health*.
- Jaya,W.K. 2001. Ekonomi Industri. Yogyakarta : BPF.
- Martin, S. 1998. *Industrial Economics; Economic Analysis and Public Policy*. Ch.1 p8, Ch.1 p3. New York: Machmillan Publishing Company.
- Peter, J. Paul, Olson, C. Jerry a, 1999, *Costumer Behavior and Marketing Strategy*, Ed.4, Cet 1. Jilid 1, Dialih bahasa oleh Damos Sihombing, editor Yati Sumiharti, Erlangga, Jakarta.
- Peter, J. Paul, Olson, C. Jerry b, 2000, *Costumer Behavior and Marketing Strategy*, Ed.4, Cet 1. Jilid 1, Dialih bahasa oleh Damos Sihombing, editor Yati Sumiharti, Erlangga, Jakarta.
- PT BERNOFARM Pekanbaru, 2013.
- PT KIMIA FARMA Pekanbaru,2013.
- Purwanto SK, 2004, Metodologi Penelitian Gramedia.Pustaka Utama, Jakarta.
- Rosyidi, Suherman, 2004, , *Pengantar Ekonomi Mikro*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sekaran, Uma, 2007. Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Buku 1 Edisi IV, Jakarta.
- Sijabat Edwin K, Persaingan Industri Kertas Indonesia: *Analisis Structur Conduct Performance*, dan Ekonometrik dari Pabrik Kertas di Indonesia 2010.
- Sugiarto dkk, 2005, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sukirno, 2006, Rajawali Pers, *Mikro*, Jakarta. Ekonomi Teori Pengantar. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suliyono, Joko. 2010. 6 Hari Jago SPSS 17. Yogyakarta : Cakrawala.
- Suparmoko, Drs. M., M.A., Ph.D, 1998. *Pengantar Ekonomika Mikro*, Ed. 3, BPF-Yogyakarta, Yogyakarta.

Umar, 2003, Metodologi Penelitian
Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis
Jakarta, PT Gramedia
Pustaka, Jakarta.

Waldma, Don E., & Jensenn
Elizabeth J. (2000). *Industrial
organization: theory and
Practice*. Addison Wesley.