



GAMBARAN PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG OBAT GENERIK DAN OBAT MEREK DAGANG DI DAERAH PASAR LAM ATEUK ACEH BESAR

THE DESCRIPTION OF PUBLIC'S PERCEPTIONS ABOUT GENERIC DRUGS AND TRADEMARK DRUGS AT DAERAH PASAR LAM ATEUK ACEH BESAR

Mutawtir^{1*}, Adek Chan², Darwin Syamsul³

¹Mahasiswa Farmasi Fakultas Farmasi dan Kesehatan, Institut Kesehatan Helvetia, Medan, Indonesia

^{2,3}Dosen Farmasi Fakultas Farmasi dan Kesehatan, Institut Kesehatan Helvetia, Medan, Indonesia

ABSTRAK

Pendahuluan: Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia tahun 2010 obat generik adalah obat dengan nama resmi *International Non Proprietary Names (INN)* yang ditetapkan dalam Farmakope Indonesia atau buku standar lainnya untuk zat khasiat yang dikandungnya. Dimana obat generik dengan nama dagang yang menggunakan nama milik produsen obat yang bersangkutan. **Tujuan:** Untuk mengetahui gambaran persepsi masyarakat tentang obat generik dan obat merek dagang di Daerah Pasar Lam Ateuk Kabupaten Aceh Besar meliputi definisi, harga, mutu, dan peraturan pemerintah. **Metode:** Menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. **Hasil:** Dari 69 orang responden hanya 1 responden memiliki persepsi baik terhadap pengertian obat generik dan obat merk dagang dengan presentase 1,4%, dan 43 responden memiliki persepsi cukup dengan presentase 62,3%, sedangkan sebanyak 25 responden yang memiliki pengetahuan kurang dengan presentase 36,2%. **Kesimpulan:** Bahwa persepsi masyarakat tentang obat generik dan obat merek dagang di di daerah Pasar Lam Ateuk Aceh Besar dapat dikategorikan cukup.

Kata Kunci : Obat Merek Dagang, Obat generik, Persepsi

ABSTRACT

Background: Based on the Regulation of the Minister of Health of the Republic of Indonesia 2010 generic drugs are drugs with the official name *International Non-Proprietary Names (INN)* which are stipulated in the Indonesian Pharmacopoeia or other standard books for the efficacy they contain. Based on this trademarked drugs are generic drugs with trade names that use the names of the drug manufacturers concerned. **Objectives:** To describe the public perception of generic drugs and trademark drugs in the Lam Ateuk Market Area, Aceh Besar Regency which includes definition, price, quality, and government regulations. **Method:** This study used the descriptive method using data collection methods in the form of questionnaires **Result:** Showed that from 69 respondents only 1 respondent had a good perception of the understanding of generic drugs and trademark drugs with a percentage of 1.4%, and as many as 43 respondents who had a perception of a percentage of 62.3 %, while as many as 25 respondents who have less knowledge with a percentage of 36.2%. **Conclusion:** It can be concluded that the public's perception of generic drugs and trademark drugs at Daerah Pasar Lam Ateuk Aceh Besar can be categorized sufficiently.

Keywords: Trademark Drugs, Generic Drugs, Perceptions

Alamat korespondensi :

Mutawtir : Institut Kesehatan Helvetia, Jl. Blang Bintang Lama, Lambro Bileu, kec. Kuta Baro, Kab. Aceh Besar, Aceh, Indonesia, 23372. Hp. 081370107916. Email :mutawtir1@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam upaya pelayanan kesehatan, ketersediaan obat dalam jenis yang lengkap, jumlah yang cukup, terjamin khasiatnya, aman, efektif dan bermutu, dengan harga terjangkau serta mudah diakses adalah sasaran yang harus dicapai, karena obat merupakan salah satu komponen yang tidak tergantikan dalam pelayanan kesehatan. Hal ini tercantum dalam Kebijakan Obat Nasional (KONAS) sebagai upaya meningkatnya kebijakan obat nasional maka harus pelayanan kesehatan kepada masyarakat harus tepat sasaran (1).

Saat ini banyak sekali beredar bermacam-macam jenis obat baik itu produk generik maupun produk dagang. pada umumnya konsumen atau masyarakat lebih tertarik untuk mengkonsumsi produk obat bermerek/produk dagang dibandingkan produk generik, hal itu disebabkan adanya anggapan bahwa obat generik mutunya lebih rendah daripada produk yang bermerek/dagang. Hal ini menunjukkan masih kurangnya edukasi dan perlunya sosialisasi lebih lanjut terhadap obat generik (2), (3), (4).

Hasil penelitian oleh Anisa di Kecamatan Pulau Laut Utara, Kalimantan selatan tentang tingkat pengetahuan masyarakat terhadap obat

generik dan obat paten bahwa masyarakat yang memiliki pengetahuan dengan kategori baik ada 8,2%, dan yang memiliki pengetahuan dengan kategori cukup(sedang) ada 60,5%, dan yang memiliki pengetahuan dengan kategori kurang (tidak baik) ada 8,2% (5).

Hal ini sama dengan hasil penelitian mengenai tingkat pengetahuan masyarakat tentang obat generik dan obat paten di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo oleh Nur diperoleh hasil dengan kategori cukup adalah 18 orang (36%) dan kategori kurang adalah 32 orang (64%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Obat Generik dan Obat Paten di Kecamatan Sajoanging tergolong kurang yaitu 64% (<75%)(6).

Ketepatan dan efektivitas biaya penggunaan obat menjadi tujuan utama bagi semua peserta dalam sistem kesehatan. Tingginya biaya penggunaan obat telah menjadi permasalahan bagi seluruh negara di dunia sehingga hampir seluruh negara memberlakukan kebijakan mengenai penggunaan obat generik. untuk menekan biaya penggunaan obat, termasuk di Indonesia(7).

Berdasarkan data dari GP farmasi, salah satu komponen biaya obat, yaitu biaya *marketing* mencapai 30% dari harga netto apotek. Pelaksanaan penggunaan obat generik dari waktu ke waktu terus ditingkatkan oleh pemerintah dan dirasa semakin relevan mengingat harga obat generik lebih murah dibandingkan obat paten (8), (9).

Hasil survey awal terhadap masyarakat di daerah pasar Lam Ateuk Aceh Besar, di Apotek Jamalul Hakim bahwa rata-rata masyarakat yang membeli obat cenderung memilih obat merek dagang dari pada obat generik. Masyarakat menganggap bahwa obat generik khasiatnya kurang bagus karena harganya yang murah dan obat generik hanya di berikan kepada pasien yang berobat ke puskesmas saja. Hal ini menimbulkan masalah dalam pelayanan kesehatan di masyarakat. Bagi masyarakat yang ekonominya lemah, seharusnya dapat memperoleh obat dengan harga yang terjangkau dan terjamin mutunya, namun karena persepsi mereka yang salah tentang obat generik, sehingga mereka harus mengeluarkan biaya mahal untuk memperoleh obat merek dagang yang mereka anggap lebih berkualitas dari pada obat generik.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan mengumpulkan data berupa kuesioner yaitu menggambarkan persepsi masyarakat tentang obat generik dan obat merek dagang di Daerah Pasar Lam Ateuk Kabupaten Aceh Besar yang meliputi definisi, harga, mutu, dan peraturan pemerintah (10).

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Daerah Pasar Lam Ateuk Aceh Besar.

Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 17 Juli s/d 18 Agustus 2018.

Populasi

Seluruh masyarakat yang berada di Daerah pasar Lam Ateuk Aceh Besar sebanyak 223 kepala keluarga.

Sampel

Masyarakat yang ada Daerah pasar Lam Ateuk Aceh Besaryang di ambil berdasarkan rumus Slovin (11).

$$n = \int \frac{N}{1+N(d^2)}$$

$$n = \frac{223}{1+223(0,10)^2}$$

$$= \frac{223}{1+2,23}$$

$$= \frac{223}{3,23}$$

$$n = 69$$

Keterangan :

n : Besar sampel

N :Besar populasi k

d : Tingkat kepercayaan / ketepatan yang diinginkan (10%)

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel diambil dengan dengan teknik *Systematic Random Sampling* (12).

Teknik Pengumpulan Data

Data Primer

Data yang diperoleh melalui kuesioner yang di bagi ke responden.

Data Sekunder

Data yang diperoleh berdasarkan wawancara terhadap masyarakat dan dari kantor di daerah Pasar Lam Ateuk Aceh Besar.

Penyajian Data

Data yang telah dikumpulkan diolah secara manual kemudian dipaparkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan dibahas dalam bentuk narasi sesuai permasalahan(12).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Daerah Penelitian

Pasar Lam Ateuk atau lebih dikenal dengan Peukan Ateuk merupakan pusat kegiatan di Kecamatan Kuta Baro. Letaknya yang strategis membuat pasar tersebut menjadi pusat aktifitas sebahagian masyarakat disana untuk mencari rezeki dengan cara berjualan.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini di ambil berdasarkan segi pendidikan terakhir dari responden, Pengumpulan data dilakukan dari tanggal 17 Juli 2018 sampai dengan 18 agustus 2018 Di daerah Pasar Lam Ateuk Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Aceh Besar dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner terhadap 69 kepala keluarga adapun karakteristik responden dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Dari Segi Pendidikan Terakhir

Keterangan	Frekuensi	Persen	Total/Jumlah (%)
SD	8	11.6	11.6
SMP	12	17.4	29.0
SMA	32	46.4	75.4
PERGURUAN TINGGI	17	24.6	100.0
Total	69	100.0	

Persepsi Masyarakat Tentang Definisi dan Pengertian Obat Generik dan Merek Dagang

Persepsi masyarakat mengenai definisi obat generik dan merek dagang

dari 69 orang responden hanya 5 responden yang memiliki persepsi baik terhadap pengertian obat generik dan obat merk dagang dengan presentase 7,2%, dan sebanyak 54 responden memiliki persepsi yang sedang dengan

presentase sebesar 66,7%, sedangkan sebanyak 18 orang responden memiliki persepsi yang kurang dengan presentase yaitu 26,1%. Hasil dari persepsi masyarakat dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Persepsi Masyarakat Tentang Definisi dan Pengertian Obat Generik dan Merek Dagang

Keterangan	Frekuensi	Persen	Total/Jumlah (%)
Kurang	18	26.1	26.1
Cukup	46	66.7	92.8
Baik	5	7.2	100.0
Total	69	100.0	

Persepsi Masyarakat Tentang Harga Obat Generik dan Merek Dagang

Persepsi masyarakat mengenai harga obat generik dan merek dagang dari 69 orang responden hanya 4 responden yang memiliki persepsi baik tentang harga obat generik dan obat

merk dagang dengan presentase 5,8%, dan sebanyak 44 responden memiliki persepsi yang sedang dengan presentase sebesar 63,8%, sedangkan sebanyak 21 orang responden memiliki persepsi yang kurang dengan presentase yaitu 30,4%. Hasil dari persepsi masyarakat dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Persepsi Masyarakat Tentang Harga Obat Generik dan Merek Dagang

Keterangan	Frekuensi	Persen	Total/Jumlah (%)
Kurang	21	30.4	30.4
Cukup	44	63.8	94.2
Baik	4	5.8	100.0
Total	69	100.0	

Persepsi Masyarakat Tentang Mutu Obat Generik dan Merek Dagang

Persepsi masyarakat mengenai mutu obat generik dan merek dagang dari 69 orang responden hanya 4

responden yang memiliki persepsi baik tentang Mutu obat generik dan obat merk dagang dengan presentase 5,8%, dan sebanyak 33 responden memiliki persepsi yang cukup dengan presentase sebesar 47,8%, sedangkan sebanyak 32 orang

responden memiliki persepsi yang kurang dengan presentase yaitu 46,4%.

Hasil dari persepsi masyarakat dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Persepsi Masyarakat Tentang Mutu Obat Generik dan Merek Dagang

Keterangan	Frekuensi	Persen	Total/Jumlah (%)
Kurang	32	46.4	46.4
Cukup	33	47.8	94.2
Baik	4	5.8	100.0
Total	69	100.0	

Persepsi Masyarakat Tentang Peraturan Pemerintah Terhadap Obat Generik dan Merek Dagang.

Persepsi masyarakat mengenai peraturan pemerintah obat generik dan merek dagang dari 69 orang responden hanya 5 responden yang memiliki persepsi baik tentang Peraturan Pemerintah terhadap obat generik dan

obat merk dagang dengan presentase 7,2%, dan sebanyak 25 responden memiliki persepsi yang cukup dengan presentase sebesar 36,2%, sedangkan sebanyak 39 orang responden memiliki persepsi yang kurang dengan presentase yaitu 56,5%. Hasil dari persepsi masyarakat dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Persepsi Masyarakat Tentang Peraturan Pemerintah Terhadap Obat Generik dan Merek Dagang

Keterangan	Frekuensi	Persen	Total/Jumlah (%)
Kurang	39	56.5	56.5
Cukup	25	36.2	92.8
Baik	5	7.2	100.0
Total	69	100.0	

Total Persepsi Masyarakat Tentang Obat Generik dan Merek Dagang

Total persepsi masyarakat mengenai obat generik dan merek dagang dari 69 orang responden hanya 1 responden yang memiliki persepsi baik terhadap pengertian obat generik dan obat merk dagang di Daerah Pasar Lam

Ateuk Aceh Besar dengan presentase 1,4%, dan sebanyak 43 responden memiliki persepsi yang cukup dengan presentase sebesar 62,3%, sedangkan sebanyak 25 responden memiliki pengetahuan yang kurang dengan presentase yaitu 36,2%. Hasil dari persepsi masyarakat dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Total Persepsi Masyarakat Tentang Obat Generik dan Merek Dagang Di Daerah Pasar Lam Ateuk Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Aceh Besar

Keterangan	Frekuensi	Persen	Total/Jumlah (%)
Kurang	25	36.2	36.2
Cukup	43	62.3	98.6
Baik	1	1.4	100.0
Total	69	100.0	

Total Persepsi Masyarakat Tentang Obat Generik dan Obat Merk Dagang

Berdasarkan tabel 7 menjelaskan tingkat persepsi masyarakat secara keseluruhan terhadap obat generik dan obat merk dagang di daerah Pasar Lam Ateuk Aceh Besar menunjukkan bahwa secara keseluruhan gambaran persepsi masyarakat tentang obat generik dan merek dagang yang memperoleh hasil baik hanya 1 responden dengan persentase 1,4%. Dan persepsi masyarakat tentang obat generik dan obat merk dagang yang memperoleh hasil cukup 43 responden, dengan persentase 62,3%. Dan persepsi masyarakat tentang obat generik dan obat merk dagang yang memperoleh hasil kurang 25 responden, dengan persentase 36,5%. Dan dapat disimpulkan bahwa tingkat persepsi masyarakat tentang obat generik dan merek dagang di daerah Pasar Lam Ateuk Aceh Besar dapat di kategorikan cukup. Persepsi tentang obat yang benar

merupakan hal yang penting karena obat merupakan komponen penting dalam pelayanan kesehatan. Oleh karena itu intervensi obat diperlukan dalam sebagian besar upaya kesehatan, baik upaya preventif, promotif, kuratif, dan rehabilitatif (13), (14). Salah satu yang mempengaruhi persepsi masyarakat adalah mengenai pengertian dari obat generik dan obat merk dagang itu sendiri (15).

Dari segi harga obat generik memang lebih murah dibandingkan dengan obat merk dagang, karena obat generik diatur oleh pemerintah berdasarkan harga eceran tertinggi. Dengan mengetahui perbedaan harga antara obat generik dan obat merk dagang tentu akan memberikan pertimbangan tersendiri bagi konsumen dalam memilih obat (16), (17).

Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap informasi yang diterima atau didapatkan, baik informasi yang didapatkan melalui surat kabar dan

media elektronik serta informasi-informasi yang diberikan oleh penyelenggara kesehatan baik pemerintah maupun swasta (11). Masalah harga sebenarnya tidak berpengaruh dalam kualitas, mutu, dan khasiat dari obat (18).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka disimpulkan bahwa persepsi masyarakat tentang obat generik dan merek dagang di kategorikan cukup.

SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah diharapkan kepada masyarakat agar lebih selektif dalam memilih obat dan dapat membekali diri dengan informasi obat yang benar, terutama tentang obat generik dan obat merk dagang, agar kesalah pahaman tentang obat dapat terhindari sehingga penggunaan obat lebih rasional terutama dalam dari segi harga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pembimbing yang telah membantu dalam pelaksanaan dan pembuatan penelitian hingga penelitian ini dapat selesai.

DAFTAR PUSTAKA

1. Presiden RI. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan. Jakarta Republik Indones. 2009;
2. Prabowo A, Wirjodirdjo B, Vanany I. Analisis Kebijakan Penggunaan Obat Generik Di Indonesia Serta Dampaknya Pada Biaya Belanja Obat Masyarakat Studi Kasus Pada Obat Penyakit Diabetes Mengguakan Pendekatan Sistem Dinamik. J Tek ITS. 2012;1(1):A592-4.
3. Debora V, Oktarlina RZ, Perdani RRW. Perbedaan Tingkat Pengetahuan, Persepsi, Dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Obat Generik Pada Mahasiswa Kedokteran Dan Non Kedokteran Di Universitas Lampung. J Major. 2018;6(6):24-33.
4. Masruriati E. Perbandingan Karakteristik Fisik Dan Kadar Zat Aktif Natrium Diklofenak Pada Tablet Generik Dan Tablet Dengan Nama Dagang. J Farmasetis. 2013;2(2):24-30.
5. Rahmawati A. Gambaran Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Obat Generik Di Desa Dirgahayu Kecamatan Pulau Laut Utara Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. 2012;3(3):1-20.
6. Alim N. Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Obat Generik Dan Obat Paten Di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo. J Ilm Kesehat Diagnosis. 2013;4(4):69-73.
7. Morison F, Untari EK, Fajriaty I. Analisis Tingkat Pengetahuan Dan Persepsi Masyarakat Kota Singkawang Terhadap Obat Generik. Indones J Clin Pharm. 2015;4(1):39-48.
8. Sukapti S, Dwiyaniti D. Persepan Obat Generik Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Pada Instalasi

- Rawat Jalan Rumah Sakit Pemerintah Di Propinsi Sumatera Barat. JKMA(Jurnal Kesehat Masy Andalas)(Andalas J Public Heal. 2010;5(1):21–7.
9. Departemen Kesehatan RI. Standar Pelayanan Kefarmasian Di Apotek. Departemen Kesehatan, Jakarta. 35;
 10. Kremers P, Beaune P, Cresteil T, De Graeve J, Columelli S, Leroux JP, Et Al. Contoh Proposal Penelitian Deskriptif. Eur J Biochem. 1981;118:599.
 11. Setiawan N. Penentuan Ukuran Sampel Memakai Rumus Slovin Dan Tabel Krejcie-Morgan: Telaah Konsep Dan Aplikasinya. Abstrak. 2007;
 12. Notoatmodjo S. Promosi Kesehatan Dan Perilaku Kesehatan, Rineka Cipta, Ed. Revisi, Jakarta Rineka Cipta, Hal. 2012;193–207.
 13. Uma H. Persepsi: Pengertian, Definisi, Dan Faktor Yang Mempengaruhi. Diakses Pada; 2013.
 14. Departemen Kesehatan RI. Sistem Kesehatan Nasional. Jakarta; 2009.
 15. Widjajanti VN. Obat-Obatan. Kanisius; 1991.
 16. Kementerian Kesehatan RI. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 069/MENKES/SK/II/2006 Tentang Pencantuman Harga Eceran Tertinggi (HET) Pada Label Obat. Jakarta: 2006;
 17. Departemen Kesehatan RI. Kebijakan Obat Nasional. Jakarta Depkes RI. 2005;
 18. Sastroamidjojo AS. Obat Asli Indonesia. Pustaka Rakjat; 1962.