

PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP NIAT MENGUNAKAN PRODUK OBAT HERBAL DI KOTA BANJARMASIN

Muhammad Zaini*, Jhudi Bonosari Soediono
Politeknik Unggulan Kalimantan

Email: zaini.apt@gmail.com

ABSTRAK

Tren penggunaan obat herbal di Indonesia menunjukkan peningkatan setiap tahun. Banjarmasin merupakan kota dengan jumlah apotek resmi dan toko obat berizin terbanyak di Kalimantan Selatan. Apotek dan toko obat merupakan lokasi strategis pemasaran obat herbal. Strategi pemasaran menjadi hal yang penting bagi industri obat untuk memperluas pangsa pasar, salah satunya dengan mempelajari kebutuhan konsumen. Penilaian terhadap kebutuhan konsumen mengenai penggunaan obat herbal dapat diuji dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA).

Penelitian ini merupakan studi observasional bersifat deskriptif analitik dengan desain *cross sectional study*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan kriteria konsumen yang berdomisili di Banjarmasin, berusia 18 – 60 tahun dan pernah mengkonsumsi obat herbal. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner berupa kuesioner *salient beliefs* dan kuesioner model TRA. Analisis dilakukan menggunakan *IBM SPSS Statistics 22.0* untuk uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas) dan uji regresi linear berganda yang dilanjutkan dengan uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama sikap dan norma subjektif terhadap niat konsumen dalam menggunakan obat herbal dengan nilai sig. 0,000 ($p < 0,05$), F hitung 11,703 ($F_{hitung} > F_{tabel}$). Secara parsial variabel sikap berpengaruh secara signifikan dengan sig. 0,000 ($p < 0,05$), t hitung 3,947 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan variabel norma subjektif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel niat konsumen dengan sig. 0,381 ($p > 0,05$), t hitung 0,881 ($t_{hitung} < t_{tabel}$).

Kata kunci: sikap, norma subjektif, niat, obat herbal

ABSTRACT

The trend of herbal medicines usage in Indonesia was increasing from year by year. Banjarmasin was a city with the highest number of authorized pharmacies and licensed drug stores in South Kalimantan. Pharmacies and drug stores are strategic locations for marketing of herbal medicines. Marketing strategies for herbal medicine products are important for the drug industry to expand market share, one of them is by studying consumer needs. Assessment of consumer needs about the usage of herbal medicines can be tested with the Theory of Reasoned Action (TRA).

This research was an observational analytic study with cross-sectional study design. The sample in this study were 100 respondents with the criteria of consumers who live in Banjarmasin, aged 18 – 60 years and had consumed herbal medicine. The instruments of this research were salient beliefs and TRA model questionnaire. The data was analyzed by using IBM SPSS Statistics 22.0 for validity and reliability test, the classical assumption test (normality, heteroskedasticity, multicollinearity) and multiple linear regression test followed by t-test and F test.

Based on this research showed that there was simultaneous effect of attitude and subjective norm on consumer intention in using herbal medicine with sig. 0.000 ($p < 0,05$), F-value 11.703 ($F_{value} > F_{table}$). Partially, attitude variable influenced significantly with sig. 0,000 ($p < 0,05$), t-value 3,947 ($t_{value} > t_{table}$) and subjective norm variable was not significantly influenced the intention variable of consumers with sig. 0.381 ($p > 0.05$), t value 0.881 ($t_{value} < t_{table}$).

Keywords: attitude, subjective norm, intention, herbal medicine

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia kesehatan mendorong berbagai cara mengatasi gangguan kesehatan skala ringan maupun berat. Dewasa ini ada dua pilihan metode pengobatan, yaitu jalur medis (metode kedokteran) dan non medis (obat tradisional) (Aziz, 2011). Obat tradisional adalah obat dari tumbuhan dengan atau tanpa proses industri untuk mengobati penyakit dan umum digunakan oleh masyarakat lokal. Obat tradisional mendapatkan perhatian khusus peneliti dunia. Pasar obat tradisional tahunan dunia mencapai \$60 juta. Cina, India, Nigeria, Amerika Serikat, dan WHO melakukan investasi besar-besaran untuk mencari tanaman obat yang menjanjikan dikembangkan

menjadi senyawa obat tradisional baru (Tilburt & Kaptchuk, 2008).

Indonesia dikenal sebagai negara dengan keanekaragaman hayati (*biodiversity*) terbesar ke-2 di dunia setelah Brazil dengan jumlah tumbuhan sekitar 30.000 jenis dan 7.000 diantaranya berkhasiat obat (Ditjen PEN, 2014). Penggunaan obat tradisional diperoleh turun-temurun oleh nenek moyang yang dikenal dengan istilah jamu (Bustanussalam, 2016). Popularitas obat herbal dan adanya ekspansi pasar global berperan penting dalam meningkatnya penggunaan obat herbal. Alasan mendasar penggunaan obat herbal adalah faktor keamanan produk (Hartanti, 2012). Data Kementerian Perindustrian

menyebutkan penjualan obat herbal 2015 diperkirakan mencapai Rp20 triliun (Handayani, 2016). Hal ini menunjukkan pasar obat herbal di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan.

Banjarmasin sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Selatan dengan jumlah apotek terdaftar sebanyak 166 apotek dan 780 toko obat berizin. Data menyebutkan 42% dari total apotek dan 49% dari total toko obat yang ada di Kalimantan Selatan berada di kota Banjarmasin (Kemenkes RI, 2018). Apotek dan toko obat berjumlah banyak tersebut mendorong kemudahan akses obat dan obat herbal bagi masyarakat.

Penilaian kebutuhan masyarakat mengenai penggunaan obat herbal dapat diuji dengan teori perilaku *Theory of Reasoned Action* (TRA). Teori ini berfokus pada niat berperilaku yang didasari sikap dan norma subjektif atau orang lain yang dianggap penting mempengaruhi munculnya perilaku (Dharmmesta & Irawan, 2008). Penelitian ini dilaksanakan untuk menilai niat konsumen obat herbal di Kota Banjarmasin dari sisi sikap dan

norma subjektif, diharapkan diperoleh data yang dapat berkontribusi positif terhadap pengembangan strategi pemasaran produk obat herbal berbasis kebutuhan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi observasional bersifat deskriptif analitik dengan desain *cross sectional study*. Pengambilan data dan sampel penelitian adalah konsumen apotek dan toko obat kota Banjarmasin yang memenuhi kriteria inklusi, diantaranya berdomisili di Banjarmasin, usia 18 – 60 tahun dan pernah mengonsumsi obat herbal. Kriteria eksklusinya konsumen yang tidak bisa baca tulis atau tidak mengisi kuesioner secara lengkap.

Sampel penelitian berjumlah 100 responden diperoleh menggunakan perhitungan rumus *Lemeshow*. Instrumen berupa kuesioner yang dimodifikasi dari penelitian Zaini dkk. (2014). Bagian pertama adalah kuesioner *salient beliefs* untuk mengukur keyakinan menonjol dari responden (*opened questions*). Kuesioner kedua

mengadopsi konsep TRA yang dikembangkan berdasarkan hasil kuesioner pertama (*closed questions*). Kuesioner dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan *software IBM SPSS Statistics 22.0*. Kuesioner yang dinyatakan valid dan reliabel diujikan terhadap responden penelitian. Analisis hasil kuesioner dilakukan menggunakan uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas), analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Niat diartikan sebagai motivasi atau usaha seseorang untuk menampilkan perilaku (Zaini dkk., 2014). Niat berperilaku diukur dengan instrumen kuesioner model TRA yang dikembangkan oleh Ajzen (2005). Tahapan penelitian dimulai dengan menyebarkan kuesioner *salient beliefs* dalam bentuk pertanyaan terbuka untuk mengetahui keyakinan responden yang menonjol dalam menggunakan obat herbal. Kuesioner diberikan pada 30 konsumen apotek yang mewakili 5 kecamatan di kota Banjarmasin. Hasil

kuesioner *salient beliefs* dapat dilihat pada tabel 1.

Hasil analisis keyakinan yang menonjol pada variabel sikap responden menunjukkan aspek keamanan, khasiat, kebiasaan, efek samping dan keaslian obat. Pada variabel norma subjektif, referensi memilih obat herbal adalah dari keluarga, dokter, teman, tetangga dan tenaga farmasi. Data tersebut dipilih berdasarkan jawaban setidaknya oleh 10% dari responden. Hasil analisis ini digunakan dalam pengembangan kuesioner dengan model TRA.

Uji validitas dilakukan dengan metode *Product Moment Pearson*. Butir pertanyaan dikatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi (r_{hitung}) lebih besar dari koefisien korelasi tabel (r_{tabel}) (Priyatno, 2013). Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pertanyaan pada taraf kepercayaan 95 % ($n = 30$ dan $\alpha = 0,05$) memiliki nilai koefisien korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) maka kuesioner dinyatakan valid. Uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan metode *Cronbach's alpha*. Item pertanyaan dinyatakan reliabel pada taraf kepercayaan 95 % jika nilai $alpha >$

0,6 (Priyatno, 2013). Hasil uji pertanyaan dinyatakan reliabel reliabilitas menunjukkan seluruh item dengan nilai $\alpha > 0,6$.

Tabel 1. Hasil kuesioner *salient beliefs*

No.	Variabel	Jawaban Responden	Jumlah	Frekuensi (%)
1	Sikap	Obat herbal aman	15	50,0
		Obat herbal berkhasiat	13	43,0
		Kebiasaan menggunakan obat herbal	9	30,0
		Obat herbal tanpa efek samping	3	10,0
		Jaminan keaslian obat herbal	3	10,0
2	Norma subjektif	Keluarga	10	33.3
		Dokter	9	30,0
		Teman	6	30,0
		Tetangga	5	16.7
		Tenaga Farmasi	4	13.3
		Perawat*	1	3.3
		Bidan*	1	3.3

Sumber: Hasil analisis data

Keterangan: *Tidak digunakan

Analisis deskriptif variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui skor terbesar tiap indikator pertanyaan dalam variabel yang diujikan. Hasil uji deskriptif ditampilkan pada tabel 2.

Skor rata-rata (*mean score*) terbesar dari uji variabel sikap adalah pada indikator obat herbal aman (3,45). Faktor keamanan menjadi pertimbangan utama konsumen memilih obat herbal karena dinilai lebih aman daripada obat modern sehingga efek sampingnya relatif lebih sedikit. Hal tersebut harus disertai cara penggunaan yang tepat, baik takaran dan waktunya, untuk

menjamin manfaat dan keamanannya (Sari, 2006; (Katno, 2010). *Mean score* terbesar variabel norma subjektif adalah pada indikator keluarga (3,30). Keluarga sebagai kelompok sosial terdekat berperan penting terhadap keputusan pembelian. Penelitian Musfar dkk. (2014) menemukan bahwa keluarga berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik.

Uji asumsi klasik merupakan syarat sebuah model regresi yang baik, terdiri dari uji normalitas, heteroskedastisitas dan multikolinearitas (Priyatno, 2013).

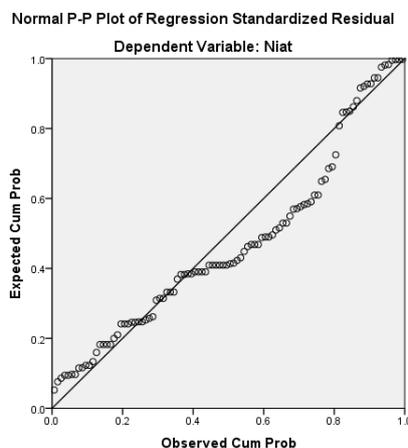
Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil analisis diperoleh data terdistribusi normal dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1,491 ($p>0,05$). Uji normalitas dilakukan

dengan melihat *normal probability plot*. Grafik *normal probability plot* pada gambar 1 memperlihatkan pola mendekati garis diagonal, sehingga data hasil kuesioner dinyatakan terdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil uji deskriptif variabel penelitian

No.	Variabel	Indikator	Mean Score
1	Sikap	Obat herbal aman	3,45
		Obat herbal berkhasiat	3,19
		Kebiasaan menggunakan obat herbal	2,86
		Obat herbal tanpa efek samping	3,01
		Jaminan keaslian obat herbal	2,97
2	Norma subjektif	Keluarga	3,30
		Dokter	2,71
		Teman	3,02
		Tetangga	2,97
		Tenaga Farmasi	2,68

Sumber : Hasil analisis data



Gambar 1. *Normal probability plot* data kuesioner

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui varians model regresi yang tidak sama. Jika varians residual antar pengamatan tidak tetap maka terjadi

heteroskedastisitas (Ghozali, 2006). Hasil uji tersebut pada tabel 3. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *Spearman's rho* variabel sikap dan norma subjektif tidak mengandung heteroskedastisitas karena nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (tabel 3).

Tabel 3. Hasil uji heteroskedastisitas kuesioner

Heteroskedastisitas (Spearman's rho)	
Variabel	Signifikansi
Sikap	0,281
Norma Subjektif	0,418

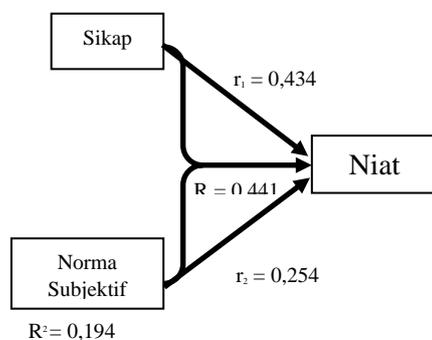
Uji regresi diharapkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Uji

multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Jika hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih dari 10 berarti terjadi multikolinearitas. Hasil uji pada tabel 4 menunjukkan tidak ada hubungan antara variabel sikap dan norma subjektif atau tidak terjadi multikolinearitas ($VIF < 10$).

Tabel 4. Nilai VIF Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF
Sikap	1,210
Norma Subjektif	1,210

Uji regresi linear berganda dilakukan setelah uji asumsi klasik terpenuhi. Analisis regresi dilakukan terhadap skor total penjumlahan indikator dalam variabel. Hasil uji regresi linear berganda diperoleh *output* data koefisien korelasi dan regresi seperti gambar 2.



Gambar 2. Koefisien korelasi dan regresi

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,194 yang berarti variabel sikap dan norma subjektif berpengaruh sebesar 19,4% terhadap niat konsumen menggunakan obat herbal dan 80,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk penelitian. Menurut Sugiyono (2007) interpretasi koefisien korelasi (R) yaitu sangat rendah (0,00 – 0,199), rendah (0,20 – 0,399), sedang (0,40 – 0,599), kuat (0,60 – 0,799) dan sangat kuat (0,80 – 1,000). Nilai R penelitian ini sebesar 0,441 yang berarti hubungan antara variabel independen dan dependen pada kategori sedang. Nilai koefisien korelasi untuk variabel sikap ($r = 0,434$) memiliki hubungan yang sedang dan variabel norma subjektif ($r = 0,254$) memiliki hubungan yang rendah terhadap niat konsumen. Nilai konstanta dan koefisien regresi yang diperoleh dibuat persamaan regresi berikut:

$$y = 9,708 + 0,302x_1 + 0,074x_2$$

Koefisien persamaan regresi menunjukkan nilai positif terhadap koefisien b_1 dan b_2 yang berarti variabel sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap niat konsumen.

Hasil uji menunjukkan variabel sikap ($b_1 = 0,302$) memiliki nilai lebih besar dibandingkan variabel norma subjektif ($b_1 = 0,074$). Hal ini berarti variabel sikap memberikan kontribusi lebih besar dibandingkan variabel norma subjektif terhadap niat konsumen membeli obat herbal. Adanya pengaruh variabel independen bersamaan variabel dependen dapat dipastikan melalui uji F. Hasil uji F menunjukkan nilai sig. 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($11,703 > 3,09$) sehingga variabel sikap dan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen. Pengaruh bersama-sama antara variabel sikap dan norma subjektif terhadap niat pada model TRA mendukung penemuan sebelumnya yaitu oleh Omar & Putit (2012) dan Priharsara & Velayanti (2017).

Uji t dilakukan untuk memastikan pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Priyatno, 2010). Hasil uji t variabel sikap diperoleh nilai sig. 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai t_{hitung} melebihi nilai t_{tabel} ($3,957 > 1,98$) sehingga terdapat pengaruh parsial

variabel sikap terhadap niat konsumen. Hasil uji terhadap variabel norma subjektif diperoleh nilai sig. 0,381 ($p > 0,05$) dan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,881 < 1,98$) sehingga variabel norma subjektif dinyatakan tidak signifikan mempengaruhi niat konsumen. Data ini mendukung hasil uji regresi yang menunjukkan variabel norma subjektif memiliki koefisien korelasi yang rendah terhadap niat.

Variabel norma subjektif merupakan faktor referensi konsumen dalam menentukan sikap menggunakan obat herbal. Dalam penelitian ini peran keluarga lebih dominan mempengaruhi konsumen dibandingkan teman dan tenaga kesehatan. Walaupun berpengaruh positif terhadap niat, faktor referensi ini secara statistik dinyatakan tidak signifikan mempengaruhi niat ($P > 0,05$). Variabel kontrol perilaku yang ditambahkan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai pengembangan model TRA dapat menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen memilih obat herbal. Zaini dkk. (2014) menjelaskan kontrol perilaku

mengenai harga, kualitas pelayanan, jarak lokasi, ketersediaan obat menjadi faktor paling dominan dipilih konsumen dalam membuat keputusan pembelian obat di apotek. Selain itu, niat seseorang dapat ditentukan oleh kebudayaan dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu dengan kemajuan zaman (Dharmmesta & Irawan, 2008; Kotler dan Keller, 2008). Faktor lain yang dapat berkontribusi terhadap niat seseorang diantaranya dipengaruhi oleh faktor pengalaman dan pengetahuan (Hidayati, 2012; Wiedyaningsih, 2013).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama sikap dan norma subjektif terhadap niat konsumen menggunakan obat herbal dengan nilai sig. 0,000 ($p < 0,05$), $F_{hitung} 11,703$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$). Secara parsial variabel sikap berpengaruh secara signifikan dengan sig. 0,000 ($p < 0,05$), $t_{hitung} 3,947$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan variabel norma subjektif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel niat konsumen

dengan sig. 0,381 ($p > 0,05$), $t_{hitung} 0,881$ ($t_{hitung} < t_{tabel}$).

REFERENSI

- Ajzen, I., 2005, *Attitudes, Personality, Behavior, 2nd Edition*, Open University Press, Milton Keynes, England.
- Aziz, 2011. *Terapi Madu Hidup Sehat*, Javalitera, Jakarta.
- Bustanussalam, B., 2016, Pemanfaatan Obat Tradisional (Herbal) Sebagai Obat Alternatif. *Biotrends*, 7(1), 20-25.
- Dharmmesta, B., S., dan Irawan, 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Ditjen PEN, 2014, *Obat Herbal Tradisional*. *Warta Ekspor*, 1-20.
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handayani, 2016, Potensi Herbal Indonesia Menjanjikan, <http://www.beritasatu.com/kesihatan/395192-potensi-herbal-indonesiamenjanjikan.html>, diakses tanggal 15 Agustus 2018
- Hartanti, D, 2012, Kontaminasi pada Obat Herbal. *PHARMACY: Jurnal Farmasi Indonesia (Pharmaceutical Journal of Indonesia)*, 9(03).
- Hidayati, R. 2012, *Analisis Kepuasan Konsumen Serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas dan*

- Perilaku Word of Mouth Konsumen Obat Herbal An Nur di Kota Yogyakarta, Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.*
- Katno, P. S., 2010, Tingkat Manfaat dan Keamanan Tanaman obat dan Obat Tradisional. Balai Penelitian Tanaman Obat Tawangmangu, Fakultas Farmasi UGM, Yogyakarta.
- Kemenkes RI¹, 2018, Rekapitulasi Apotek Kalimantan Selatan, <http://apif.binfar.depkes.go.id/garafikapotek2.php?prov=KALIMANTAN%20SELATAN>, diakses tanggal 15 Agustus 2018
- Kemenkes RI², 2018, Rekapitulasi Toko Obat Kalimantan Selatan, <http://apif.binfar.depkes.go.id/garafiktokoobat2.php?prov=KALIMANTAN%20SELATAN>, diakses tanggal 15 Agustus 2018
- Musfar, T. F., Sulistyowati, L., & Syifa, S. (2014). Pengaruh Keluarga dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kosmetika Khusus Pria (Studi Kasus Merek Nivea Men di Kota Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 1(2).
- Omar, U. H., & Putit, L., 2012, Consumer behavioral intention to use complementary alternative medicine. *identity*, 3, H5.
- Prihapsara, F., & Velayanti, R., 2017, The Influence of Attitude and Subjective Norm Towards The Purchase Intention as Potential Consumer of Mouthwash Product. *Journal of Pharmaceutical Science and Clinical Research*, 2(01), 06-17.
- Priyatno, D., 2010, *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- Priyatno, D., 2013, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*, Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- Sari, LORK, 2006., Pemanfaatan Obat Tradisional dengan Pertimbangan Manfaat dan Keamanannya. *Majalah Ilmu Kefarmasian*, 3(1): 01-07.
- Tilburt, J. C., & Kaptchuk, T. J, 2008, Herbal medicine research and global health: an ethical analysis, *Bulletin of the World Health Organization*, 86, 594-599.
- Wiedyaningsih, C., 2013, *Pereseapan Racikan, Mengungkap Faktor Pendorong Dokter Meresepkan Racikan untuk Pasien Anak Rawat Jalan dengan Pendekatan Teori Perilaku Terencana (the Theory of Planned Behavior)*, Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Zaini, M., Satibi, & Lazuardi, L., 2014, Analisis Niat Konsumen Dalam Pemanfaatan Pelayanan Apotek. *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi*, 4(1), 17-24.