

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesehatan merupakan suatu hal yang paling penting dan menjadi kebutuhan dasar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat (Syifauddin, *et. al.*, 2023). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan, menjelaskan bahwa "kesehatan adalah keadaan sehat seseorang, baik secara fisik, jiwa, maupun sosial dan bukan sekedar terbebas dari penyakit untuk memungkinkannya hidup produktif".

Untuk mendapatkan kesehatan yaitu dengan tersedianya obat yang digunakan masyarakat (Ramadanti, 2021). Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan, "Obat adalah bahan, 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".

Beragamnya kebutuhan masyarakat akan produk obat menyebabkan banyak berdirinya apotek. Apotek merupakan salah satu sarana pelayanan kesehatan masyarakat yang umumnya menyediakan obat (Nurfiadli, 2019). Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 5 Tahun 2023 Tentang Narkotika, Psikotropika dan Prekursor Farmasi. Pasal 1 menjelaskan "Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker."

Di Indonesia, apotek mengalami perkembangan dan persaingan yang sangat ketat, sehingga perlu menerapkan strategi untuk memenangkan persaingan. Sebuah bisnis harus memiliki strategi untuk menarik para pembeli terutama strategi dalam pemasaran. Definisi strategi merupakan cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan bisnis. Sedangkan pemasaran didefinisikan sebagai ilmu ekonomi yang terus berkembang dari dulu hingga saat ini, pemasaran mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu bisnis untuk bisa bertahan didalam pangsa pasar (Ghina, 2020).

Menurut (Zevi, 2018) strategi pemasaran merupakan proses perencanaan dalam memperkenalkan dan memasarkan produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk mencapai tujuan dengan resiko yang dihadapi perusahaan. Strategi pemasaran yang biasa digunakan dalam bisnis berupa bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menginformasikan lebih luas, memperkenalkan suatu produk, dan menarik pembeli.

Oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk. Strategi bauran pemasaran yaitu : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) sangat berperan terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan akan permintaan produk (Mohamad & Rahim, 2021).

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah upaya atau cara yang dilakukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan tujuan dapat menjual produk dan memberikan kepuasan pada konsumen. Proses keputusan pembelian dipengaruhi oleh rangsangan pemasaran, dengan diterapkannya strategi pemasaran berupa bauran pemasaran yang merupakan variabel yang dapat dikontrol dalam menjalankan suatu bisnis (Tresnanda & Arifin, 2014).

Provinsi Sumatera Utara, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Kecamatan Kotapinang khususnya Desa Sisumut mengalami peningkatan dan persaingan yang ketat dalam bisnis apotek. Berikut adalah data yang menampilkan daftar apotek yang ada di Desa Sisumut tahun 2023:

Tabel 1. 1

Apotek di Desa Sisumut, Kecamatan. Kotapinang

No	Nama Apotek	Alamat
1	Apotek Fadla	Jalan Lintas Sumatera, Perk Sei Rumbia, Kecamatan Kota Pinang, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Sumatera Utara
2	Apotek Blok Songo	Jalan Lintas Sumatera, Blok Songo Sisumut, Kecamatan Kota Pinang
3	Apotek Mikha	Jalan Lintas Blok Songo, Sisumut, Kecamatan Kota Pinang, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Sumatera Utara

4	Apotek Nuraini	Jalan Lintas Sumatera, Sisumut, Kecamatan Kota Pinang, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Sumatera Utara
5	Apotek Naga Jaya	Sisumut, Kecamatan Kota Pinang, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Sumatera Utara

Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Labuhanbatu Selatan, 2023

Apotek Mikha merupakan salah satu dari 5 apotek yang ada di Desa Sisumut, Kecamatan Kota Pinang, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi Apotek Mikha sangat berdekatan dengan apotek lainnya dan dekat dengan salah satu Rumah Sakit yang berada di Desa Sisumut Blok Songo.

Ketatnya persaingan pada bisnis apotek, membuat Apotek Mikha lebih memperhatikan obat-obatan yang akan dijual kepada para konsumen dengan menggolongkan obat yang akan dijual kedalam beberapa golongan.

Apotek Mikha menjual beberapa golongan obat dengan harga bervariasi, yang dapat dilihat dalam Tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1. 2
Golongan dan Harga Obat, pada Apotek Mikha

No	Golongan Obat	Harga (Rp)
1.	Obat Bebas	2.000 - 140.000
2.	Obat Bebas Terbatas	2.000 - 160.000
3.	Obat Keras	2.000 - 720.000
4.	Obat Fitomarmaka	30.000 - 220.000
5.	Obat Herbal (Jamu)	10.000 - 60.000

Sumber : Apotek Mikha, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Apotek Mikha menjual obat dengan lima golongan. Golongan pertama, obat bebas dijual dengan harga mulai dari Rp2.000 sampai dengan Rp140.000. Golongan kedua, obat bebas terbatas dengan harga mulai dari Rp2.000 sampai dengan Rp140.000. Golongan ketiga, obat keras dengan harga mulai dari Rp2.000 sampai dengan Rp720.000. Golongan keempat, obat fitofarmaka dengan harga mulai dari Rp30.000 sampai dengan Rp220.000. Golongan kelima, obat herbal (jamu) dengan harga mulai dari Rp10.000 sampai dengan Rp60.000.

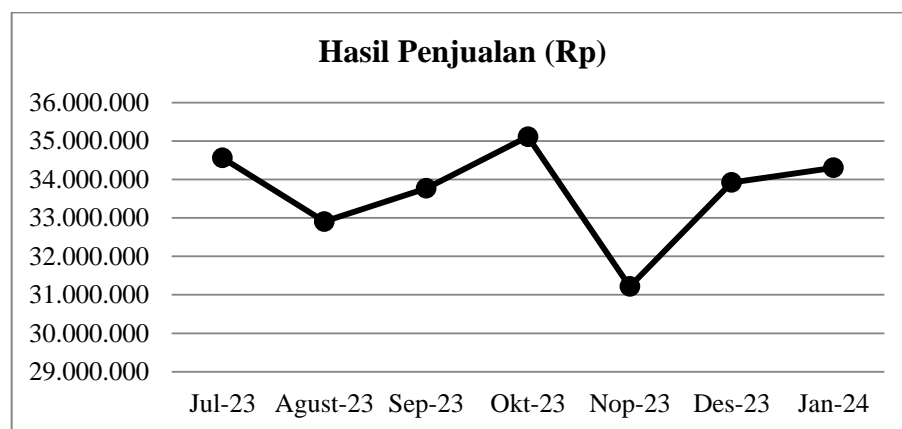
Hasil penjualan pada Apotek Mikha mengalami ketidakstabilan dari Juli 2023 sampai dengan Januari 2024 yang dapat dilihat pada Tabel 1.3 dan Gambar 1.1 dibawah :

Tabel 1. 3
Hasil Penjualan Obat, pada Apotek Mikha

No	Bulan	Hasil Penjualan (Rp)
1.	Juli 2023	34.560.000
2.	Agustus 2023	32.905.000
3.	September 2023	33.768.000
4.	Oktober 2023	35.112.000
5.	November 2023	31.216.000
6.	Desember 2023	33.920.000
7.	Januari 2024	34.304.000

Sumber : Apotek Mikha, 2023

Gambar 1. 1
Grafik Hasil Penjualan pada Apotek Mikha



Sumber : Apotek Mikha, 2023

Dari tabel dan grafik diatas menunjukkan hasil penjualan pada Apotek Mikha, Agustus 2023 mengalami penurunan, September 2023 dan Oktober 2023 mengalami peningkatan, mengalami penurunan kembali pada November 2023 dan mengalamai peningkatan pada Desember 2023 dan Januari 2024.

Berdasarkan hal tersebut penulis akan melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo”.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis ingin membatasi permasalahan penelitian dimana penulis hanya meneliti “Analisis Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu Produk (*product*) X_1 , Harga (*price*) X_2 , Tempat (*place*) X_3 , dan Promosi (*promotion*) X_4 terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo”.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Produk (*product*) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo?
2. Apakah Harga (*price*) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo?
3. Apakah Tempat (*place*) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo?
4. Apakah Promosi (*promotion*) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo?
5. Apakah Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), dan Promosi (*promotion*) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Produk (*product*) terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga (*price*) terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo
3. Untuk mengetahui pengaruh Tempat (*place*) terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi (*promotion*) terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo
5. Untuk mengetahui pengaruh Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), dan Promosi (*promotion*) terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Berguna untuk menambah pengetahuan penulis dibidang Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*) khususnya dalam Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), dan Promosi (*promotion*).

2. Bagi Apotek Mikha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan strategi pemasaran untuk yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan bahan untuk membantu penelitian lebih lanjut.

4. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi memberikan sumbangan konseptual dalam rangka mengembangkan penelitian tentang analisis strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian.

5. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat mengenai analisis strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian.