

**HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA  
APOTEKER UNIVERSITAS BHAKTI KENCANA BANDUNG PADA PENYERAHAN  
OBAT ONLINE**

**Laporan Akhir**

**Lena Diena Fhadlillasati  
11161091**



**Universitas Bhakti Kencana  
Fakultas Farmasi  
Program Strata I Farmasi  
Bandung  
2020**

# LEMBAR PENGESAHAN

## HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA APOTEKER UNIVERSITAS BHAKTI KENCANA BANDUNG PADA PENYERAHAN OBAT ONLINE

### Laporan Tugas Akhir

Diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan Program Strata I Farmasi

**Lena Diena Fhadlillasati**  
**11161091**

Bandung, Agustus 2020

Menyetujui,

Pembimbing Utama,



(apt. Dra. Ni Nyoman Sri Mas Hartini, MAB)

Pembimbing Serta,



(apt. Drs. Akhmad Priyadi, M.M)

## **ABSTRAK**

### **HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA APOTEKER UNIVERSITAS BHAKTI KENCANA BANDUNG PADA PENYERAHAN OBAT ONLINE**

**Oleh :**

**Lena Diena Fhadlillasati**

**11161091**

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini menyebabkan layanan penjualan obat mulai merambah ke dunia maya. Sehingga penyerahan obat dilakukan secara online. Penyerahan obat online saat ini membatasi terlaksananya pharmaceutical care dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan tingkat pengetahuan terhadap persepsi mengenai penyerahan obat online pada kalangan mahasiswa apoteker di Universitas Bhakti Kencana Bandung sebanyak 101 mahasiswa. Penelitian ini dirancang dengan metode cross-sectional. Dilakukan analisis dengan uji *Rank Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat pengetahuan yang baik dengan nilai 81,58% >76%. Diperoleh nilai signifikansi ( $p = 0,792 > 0,05$ ) yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan terhadap persepsi mahasiswa apoteker pada penyerahan obat online. Dengan keeratan hubungan sebesar -0,027 menunjukkan bahwa memiliki keeratan hubungan yang cukup dan tidak searah.

**Kata Kunci :** Penyerahan Obat Online, Mahasiswa Apoteker

## **ABSTRACT**

### **HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA APOTEKER UNIVERSITAS BHAKTI KENCANA BANDUNG PADA PENYERAHAN OBAT ONLINE**

**By :**

**Lena Diena Fhadlillasati  
11161091**

*The development of technology and information changes the drug market services. Nowadays, drugs is sold online and it limits the implementation of proper pharmaceutical care. This study aims to pinpoint the correlation between the pharmacist students' understanding and perception about the online drugs sales. 101 pharmacist students of bhakti kencana bandung university are involved in this study. The Cross-sectional method and the Spearman rank test are employed in this study. The results shows that students has a good level of understanding with a value of 81.58% > 76%. Obtained a significance value ( $p\ 0.792 > 0.05$ ) which means there is no significant correlation between the pharmacist students' understanding and perception about the online drugs sales . -0.027 shows having a close relationship is not enough and not unidirectional.*

*Keywords: Online pharmacy, Pharmacist.*

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur bagi Allah SWT pencipta alam semesta beserta isinya, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah serta petunjuk kepada setiap makhluk ciptaan-Nya, termasuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA APOTEKER UNIVERSITAS BHAKTI KENCANA BANDUNG PADA PENYERAHAN OBAT ONLINE". Shalawat dan salam dihaturkan kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah menuntun umatnya dari alam yang gelap gulita menuju alam yang terang benderang dengan segala ilmu dan ajarannya.

Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Farmasi (S.Farm) pada Fakultas Farmasi Universitas Bhakti Kencana Bandung, dan juga memberikan pengalaman kepada penulis untuk meneliti dan menyusun karya ilmiah berupa skripsi.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis diberi bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara materi maupun moril. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Allah STW atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu apt. Dra. Ni Nyoman Sri Mas Hartini, MAB., selaku pembimbing I, penulis ucapkan terima kasih atas arahan yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak apt. Drs. Akhmad Priyadi, M.M., selaku pembimbing II, penulis banyak haturkan terima kasih atas arahan dan perbaikannya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Kepada Bapak/Ibu dosen Fakultas Farmasi Universitas Bhakti Kencana Bandung, penulis ucapkan terima kasih atas segala ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan selama perkuliahan.
5. Kapada mahasiswa Apoteker angkatan 23 Universitas Bhakti Kencana Bandung, penulis ucapkan terima kasih atas bantuannya.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam seluruh proses selama berada di Fakultas Farmasi Universitas Bhakti Kencana.
7. Untuk kedua orang tua penulis, Ibunda Fitri Nuraida dan Ayahanda Aang Anwar S.Pd terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, nasehat, motivasi, kasih sayang dan do'a yang tidak pernah putus untuk penulis. Serta untuk kakakku Riska Widyani dan adik-adikku (Moch Qatar Taftajani dan M. Salman Fauzan Alfarizi) yang selalu

semangat memberikan doa dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Untuk seseorang yang selalu memberikan saran dan motivasi kepada penulis, Dwi Budi Santoso terimakasih banyak untuk segala pengorbanan dan kasih sayangnya serta doa yang tidak pernah putus kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Fakultas Farmasi tahun 2016, terima kasih atas bantuan serta kerja samanya selama penyelesaian skripsi ini dan selama perkuliahan di Universitas Bhakti Kencana Bandung. Semoga kita semua lulus bersama aamiin  
Semoga segala bantuan, motivasi dan bimbingan dari semua pihak yang telah diberikan kepada penulis dibalas dengan kebaikan dan pahala dari Allah SWT. Skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis, kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat mendatangkan manfaat bagi pembaca.

Cianjur, Juni 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG</b> .....	x
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>I.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>I.2 Rumusan masalah</b> .....	4
<b>I.3 Tujuan dan manfaat penelitian</b> .....	4
<b>I.4 Hipotesis penelitian</b> .....	5
<b>I.5 Tempat dan waktu Penelitian</b> .....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>II.1 Pengertian Pengetahuan</b> .....	6
<b>II.2 Persepsi</b> .....	7
<b>II.3 Electronic Commerce (E-Commerce)</b> .....	10
<b>II.4 E-Farmasi</b> .....	14
<b>II.5 Mahasiswa</b> .....	15
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	17
<b>BAB IV. PROSEDUR PENELITIAN</b> .....	18
<b>IV.1 Konsep Penelitian</b> .....	18
<b>IV.2 lokasi dan waktu penelitian</b> .....	19
<b>IV.3 populasi dan sampel penelitian</b> .....	19
<b>IV.4 Definisi Operasional</b> .....	20
<b>IV.5 Instrumen Penelitian</b> .....	20
<b>BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	25
<b>V.1 Uji Validitas dan Reliabilitas</b> .....	25
<b>V.2 Karakteristik Responden</b> .....	27
<b>V.3 Analisis Deskriptif Tingkat Pengetahuan Responden</b> .....	28
<b>V.4 Analisis Deskriptif Persepsi Responden</b> .....	30

<b>V.5 Analisis Bivariat</b> .....	33
<b>BAB VI. SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	35
<b>VI.1 Kesimpulan</b> .....	35
<b>VI.2 Saran</b> .....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	36
<b>LAMPIRAN</b> .....	40



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel IV. 1</b> Pemberian Skor Menggunakan Skala Guttman .....	22
<b>Tabel IV. 2</b> Penilaian Untuk Persepsi Menggunakan Skala Likert .....	22
<b>Tabel IV. 3</b> Tingkat keandalan Cronbach's Alpha .....	23
<b>Tabel V. 1</b> Hasil uji validitas kuesioner persepsi mahasiswa Apoteker terhadap penyerahan obat online .....	25
<b>Tabel V. 2</b> Karakteristik Responden .....	27
<b>Tabel V. 3</b> Distribusi Frekuensi Tingkat Pengetahuan Mengenai Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek dan PerMenKes Nomor 26 Tahun 2018 .....	29
<b>Tabel V. 4</b> Hasil analisis korelasi Rank Spearman .....	34

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar IV. 1</b> Skema Penelitian .....	18
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	40
<b>Lampiran 1</b> Pertanyaan dan Jawaban Tingkat Pengetahuan.....	40
<b>Lampiran 2</b> Cara Perhitungan Skor Mewakili Populasi .....	41
<b>Lampiran 3</b> Pertanyaan Dan Jawaban Mengenai Persepsi penyerahan Obat Online ...	42
<b>Lampiran 4</b> Hasil uji analisis Rank Spearman.....	43
<b>Lampiran 5</b> Informed Consent.....	44
<b>Lampiran 6</b> Kuesioner tingkat pengetahuan .....	45
<b>Lampiran 7</b> Kuesioner persepsi penyerahan obat online .....	49
<b>Lampiran 8</b> Dokumentasi pengambilan data di kelas apoteker Universitas Bhakti Kencana Bandung.....	54

## DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG

<b>SINGKATAN</b>	<b>MAKNA</b>
APJII	Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
Apt.	Apoteker
BBC	British Broadcasting Corporation
BPOM	Badan Pengawas Obat dan Makanan
BSSN	Badan Siber dan Sandi Negara
CNN	Cable News Network
E-Commerce	Electronic Commerce
E-Farmasi	Elektronik Farmasi
FDA	Food and Drug Administration
KIE	Komunikasi Infoemasi dan Edukasi
NIB	Nomor Induk Berusaha
NABP	National Association of Boards of Pharmacy
OSS	Online Single Submission
OTP	One Time Password
OWA	Obat Wajib Apotek
PKPA	Praktek Kerja Profesi Apoteker
PMK	Peraturan Menteri Kesehatan
PIO	Pelayanan Informasi Obat
PSEF	Penyelenggara Sistem Elektronik Farmasi
PSPA	Program Studi Profesi Apoteker
RUM	Rational Use of Medicine
STRA	Surat Tanda Registrasi Apoteker
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
VIPPS	Verified Internet Pharmacy Practice Sites
WHO	World Health Organization

# BAB I. PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

Internet sangat berkembang pesat di dunia dan bukan hal yang asing lagi untuk seluruh lapisan masyarakat. Data dari Internet World Stats (2019) menunjukkan peningkatan pengguna internet pada tahun 2019. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan dengan market place baru dan sebuah jaringan bisnis dunia yang luas yang tidak terbatas waktu dan tempat. Pada era modernisasi dimana internet menjadi pioneer dalam aspek kehidupan termasuk dalam proses jual beli obat yang dapat dilakukan secara online melalui internet. Karena sifatnya yang mendunia yang dapat melewati lintas negara maka proses jual beli ini tidak hanya dilakukan antar penduduk Indonesia tetapi dapat juga dilakukan oleh penduduk antar negara (Zuhaid et al., 2016). Pada tahun 2019, Indonesia menduduki peringkat nomor 4 dunia dengan jumlah pengguna internet mencapai 171 juta pengguna internet (Internet World Stats, 2019).

Tingginya pengguna internet di Indonesia disebabkan Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang padat. Riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang bekerja sama dengan Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia (PUSKAKOM UI) menunjukkan pada tahun 2014 sebanyak 11,0% pengguna internet memanfaatkan internet sebagai sarana untuk jual-beli online. Sebanyak 55% pengguna internet merupakan orang yang bekerja/wiraswasta dengan sektor pekerjaan di bidang kesehatan sebanyak 1,7%. Pada tahun 2018, terjadi peningkatan pengguna internet menjadi 264,16 juta orang dan sebanyak 45% mengunjungi konten komersial online shop (APJII, 2019). Penggunaan internet yang meluas dapat mempengaruhi beberapa aspek kehidupan. Salah satunya yaitu berkembangnya penjualan produk yang dibutuhkan oleh konsumen melalui internet. Bahkan melalui internet memungkinkan seseorang untuk membeli obat yang seharusnya dibeli dengan menggunakan resep dokter. Saat ini apotek, toko obat atau perorangan dalam hal penjualan obat memanfaatkan media online untuk melakukan jual beli obat. Hal ini menyebabkan berkembangnya apotek online, toko obat online atau berbagai situs yang menjual obat, antara lain <http://jualobatmurah.com/>, Apotek Medicastore (<http://apotik.medicastore.com>), Apotek K24 ([http://www.k24klik .com/](http://www.k24klik.com/)), situs

<https://www.klik-apotek.com>, dan situs [https://www .goapotik.com/](https://www.goapotik.com/) atau aplikasi Halodoc (Ariyulinda, 2018).

Keberadaan penjualan obat online menimbulkan pro dan kontra. Penjualan obat online yang saat ini mulai diberitakan membatasi adanya pharmaceutical care karena proses penyerahan obat yang seharusnya dilakukan apoteker di apotek, serta informasi yang biasanya dicantumkan dalam situs penjualan obat online adalah indikasi, efek samping, dosis, dan kontra indikasi yang dimana hanya kalangan tertentu yang mengerti maksudnya. Disamping itu, pharmaceutical care yang dalam hal ini Pelayanan Informasi Obat (PIO) dimana apoteker akan melihat kondisi pasien dengan berkomunikasi secara tatap muka dengan pasien, dalam penyerahan obat online tidak bisa dilaksanakan dengan baik. PIO tidak terlaksana dengan baik disebabkan tidak ada komunikasi secara tatap muka antara apoteker dan pasien, apoteker tidak bisa memastikan apakah pasien mengerti mengenai obat yang akan dikonsumsi. Padahal Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) penting dilakukan untuk menunjang tercapainya pengobatan dan kesembuhan yang diinginkan (Yudhina Meilisa, 2016).

Penyerahan obat melalui media online memberikan banyak keuntungan, namun di sisi lain penyerahan obat secara online dapat menimbulkan dampak yang kurang menguntungkan. Keuntungan yang dapat diperoleh dari penyerahan obat secara online menawarkan pasar yang lebih luas, harga lebih murah dan lebih cepat. Dengan pembelian obat melalui media online masyarakat mendapatkan akses yang mudah dan cepat, apalagi bila obat-obatan tertentu dirasa berguna bagi dirinya. Dengan demikian masyarakat lebih tertarik mencari dan membeli obat melalui situs-situs di internet (Ariyulinda, 2018).

Berkembangnya penyerahan obat secara online juga dapat memunculkan beberapa ancaman yaitu adanya aktivitas ilegal, seperti penjualan obat baru yang belum disetujui, ataupun peracikan obat dengan resep yang tidak valid (Henney, 2001). Bebasnya penjualan obat saat ini sangat rentan di salahgunakan peruntukannya oleh masyarakat, sehingga tanpa disadari dapat membahayakan kesehatan bahkan menimbulkan korban (Ariyulinda, 2018). Muncul beberapa kasus terkait penyerahan obat secara online, salah satunya yaitu pada tahun 2017 seorang wanita berusia 41 tahun meninggal dunia setelah membeli obat codein dari 18 apotek online di Inggris (BBC, 2019). Pada pertengahan tahun 2020 artis papan atas tanah air terbukti mengkonsumsi obat psiktropika jenis benzo yang diperoleh secara online tanpa pantauan dokter (CNN, 2020). Dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Audina 2019, bahwa diskusi Adderall melalui

media sosial twitter dapat berkontribusi pada perilaku menormalisasi mengenai penyalahgunaan obat yang dilakukan secara online.

Berdasarkan fakta-fakta yang telah dipaparkan diatas maka diperlukan regulasi atau kebijakan yang mengatur mengenai penyerahan obat secara online. Penjualan obat online dan penyerahan obat melalui internet harus memenuhi kebijakan regulasi obat nasional sehingga regulasi yang jelas di suatu negara dapat mencegah beredarnya produk obat yang tidak mendapatkan izin, obat palsu, tidak aman, ataupun obat yang tidak efektif (Ovaskainen, 2001). Beberapa negara telah memiliki sistem regulasi tentang apotek online. Di Amerika, jika suatu apotek telah memenuhi persyaratan National Association of Boards of Pharmacy (NABP) dengan kriteria Verified Internet Pharmacy Practice Sites (VIPPS), maka akan ada tanda VIPPS hyperlink di website apotek online. Kriteria VIPPS meliputi hak privasi pasien, keaslian dan keamanan dari resep, ketaatan untuk mengenali kualitas kebijakan asuransi, dan menyediakan konsultasi antara pasien dan farmasis (Ovaskainen, 2001). Di Belgia dan Jerman terdapat kontrol atau intervensi oleh otoritas pengawas (regulatory authority). Negara Swedia belum mempunyai kontrol yang spesifik terhadap website, sedangkan di Inggris, Royal Pharmaceutical Society of Great Britain, telah menetapkan spesifikasi pelayanan untuk website penjualan obat secara online (Catalán, 2007).

Di Indonesia adanya penyerahan obat secara online masih menunjukkan pro dan kontra. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tingkat pengetahuan dan persepsi mahasiswa apoteker Universitas Bhakti Kencana Bandung mengenai standar pelayanan di apotek dan PerMenKes RI nomor 26 tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Kesehatan juga persepsi mengenai penyerahan obat online. Mahasiswa apoteker yang menjadi subyek penelitian ini merupakan mahasiswa apoteker yang masih duduk dibangku kuliah dan sedang menempuh semester 1 dalam artian belum melakukan Praktik Kerja Profesi Apoteker (PKPA). Mahasiswa apoteker yang dalam hal ini belum terjun di lapangan haruslah memahami pembelajaran mengenai penyerahan obat secara online khususnya penerapan pharmaceutical care dalam memberikan informasi beserta edukasi langsung kepada pasien. Sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui persepsi masyarakat akademisi yang dalam hal ini mahasiswa apoteker mengenai penyerahan obat online termasuk dalam aspek legalitasnya serta implementasinya dalam dunia kefarmasian. sehingga diharapkan dapat mengetahui hubungan tingkat pengetahuan dan persepsi mahasiswa apoteker Universitas Bhakti Kencana Bandung terhadap penyerahan obat

online. Juga diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan rekomendasi pemerintah dalam pembinaan dan pengawasan penyerahan obat secara online di Indonesia.

## **I.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, permasalahan pada penelitian ini yaitu:

Bagaimana hubungan tingkat pengetahuan tentang standar pelayanan kefarmasian di apotek dan Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 26 tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Kesehatan terhadap persepsi mahasiswa Apoteker Universitas Bhakti Kencana Bandung pada penyerahan obat online.

## **I.3 Tujuan dan manfaat penelitian**

1.3.1. Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu :

- 1) Mengetahui gambaran tingkat pengetahuan tentang standar pelayanan kefarmasian di apotek dan PerMenKes RI nomor 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Kesehatan juga persepsi mahasiswa apoteker Universitas Bhakti Kencana Bandung terhadap penyerahan obat online.
- 2) Mengetahui hubungan tingkat pengetahuan tentang standar pelayanan kefarmasian di apotek dan PerMenKes RI nomor 26 tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Kesehatan terhadap persepsi mahasiswa apoteker Universitas Bhakti Kencana Bandung pada penyerahan obat online.

1.3.2. Manfaat penelitian

- 1) Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana pembelajaran bagi peneliti dan meningkatkan pengetahuan tentang standar pelayanan kefarmasian di apotek dan Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 26 tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Kesehatan, juga mengenai penyerahan obat online serta mengetahui cara analisis deskriptif kuantitatif suatu penelitian.

- 2) Bagi pemerintah

Hasil penelitian dapat memberikan informasi mengenai gambaran tingkat pengetahuan tentang standar pelayanan kefarmasian di apotek dan Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 26 tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara



Elektronik Sektor Kesehatan dan persepsi mahasiswa apoteker Universitas Bhakti Kencana Bandung terhadap penyerahan obat online, sehingga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan pemantauan dan pengawasan penyerahan obat online di Indonesia sehingga semua penyerahan obat online berada dalam pengawasan pemerintah.

3) Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pendapat mahasiswa apoteker Universitas Bhakti Kencana Bandung tentang gambaran persepsi penyerahan obat secara online sehingga masyarakat lebih bijak lagi dalam menentukan sikap untuk membeli obat secara online.

#### **I.4 Hipotesis penelitian**

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan suatu hipotesis yaitu:

Mendapatkan gambaran tingkat pengetahuan dan persepsi mahasiswa Apoteker Universitas Bhakti Kencana terhadap penyerahan obat online.

Ho: Tidak terdapat hubungan antara tingkat pengetahuan dengan persepsi mahasiswa Apoteker di Universitas Bhakti Kencana Bandung terhadap penyerahan obat online.

H1: Terdapat perbedaan pengetahuan dan persepsi mahasiswa Apoteker terhadap penyerahan obat online.

#### **I.5 Tempat dan waktu Penelitian**

penelitian dilaksanakan pengambilan data secara online di Universitas Bhakti Kencana Bandung pada bulan Februari - Juni 2020.

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **II.1 Pengertian Pengetahuan**

Pengetahuan adalah suatu hasil dari tahu yang terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan ini terjadi melalui panca indera manusia, yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya perilaku seseorang (Notoatmodjo, 2003). Menurut Taufik (2007), pengetahuan merupakan penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga, dan lain sebagainya).

#### **II.1.1 Tingkatan Pengetahuan**

Menurut Notoatmodjo (2003) tingkatan pengetahuan yang dicakup dalam domain kognitif terdiri dari enam domain, yakni:

a. Tahu (know)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (recall) sesuatu yang spesifik dari keseluruhan bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Oleh sebab itu, tahu ini merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari antara lain menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan, menyatakan dan sebagainya.

b. Memahami (comprehension)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Orang yang telah paham terhadap objek atau materi harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan, dan sebagainya terhadap objek yang dipelajari.

c. Aplikasi (application)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya. Aplikasi di sini dapat diartikan sebagai aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip, dan sebagainya dalam konteks atau situasi yang lain.

d. Analisis (analysis)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam satu struktur organisasi dan masih terkait satu sama lain. Kemampuan analisis ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja, seperti dapat menggambarkan (membuat bagan), membedakan, memisahkan, mengelompokkan, dan sebagainya.

e. Sintesis (synthesis)

Sintesis menunjuk kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada. Misalnya, dapat menyusun, dapat merencanakan, dapat meringkas, dapat menyesuaikan, dan sebagainya terhadap suatu teori atau rumusan-rumusan yang telah ada.

f. Evaluasi (evaluation)

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian ini didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri, atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

### II.1.2 Pengukuran Pengetahuan

Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menanyakan tentang isi materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden. Kedalaman pengetahuan yang ingin kita ketahui atau kita ukur dapat disesuaikan dengan tingkatan pengetahuan (Notoatmodjo, 2003).

## II.2 Persepsi

### II.2.1 Pengertian dan Sifat Persepsi

Walgito (2003) menjelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang diawali oleh proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera kemudian stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Persepsi merupakan aktivitas yang integrated oleh karena itu seluruh apa yang ada dalam diri individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu ikut berperan dalam munculnya persepsi. Menurut Rakhmat (2012), persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan

menafsirkan pesan. Persepsi juga dapat diartikan pemberian makna pada stimulus inderawi (sensory stimuli). Robert dan Angelo (2003) mendefinisikan persepsi sebagai proses kognitif sehingga memungkinkan seseorang untuk dapat menafsirkan dan memahami lingkungan sekitar. Baihaqi dkk (2005) mendefinisikan persepsi sebagai rangsangan yang masuk ke dalam diri kita yang disertai dengan pemahaman atau pengertian tentang rangsangan tersebut, karena adanya interaksi atau asosiasi dengan rangsang yang lainnya ataupun dengan rangsang yang sudah dipahami sebelumnya. Persepsi dibentuk oleh 3 lapisan, yaitu:

- 1) Lapisan fisis/fisiologis, yaitu obyek dunia
- 2) Lapisan psikis, yaitu penghayatan sebagai kesatuan, dan
- 3) Lapisan eksistensial, yaitu berhubungan dengan pribadi (Baihaqi dkk, 2005)

Menurut Baihaqi dkk (2005) sifat persepsi secara umum yaitu:

- 1) Persepsi timbul secara spontan pada manusia, yaitu ketika seseorang berhadapan dengan dunia yang penuh dengan rangsang. Dua milyar dari  $\pm$  3 milyar rangsang diterima oleh mata.
- 2) Persepsi merupakan sifat paling asli, merupakan titik tolak perbuatan kesadaran manusia.
- 3) Dalam melakukan persepsi mungkin hanya sebagian yang dipersepsi, sedangkan yang lain cukup dibayangkan.
- 4) Persepsi dipengaruhi atau bergantung pada konteks dan pengalaman. Konteks merupakan ciri-ciri obyek yang dipersepsi, sedangkan pengalaman berarti pengalaman-pengalaman yang dimiliki dalam kehidupan sebelumnya.
- 5) Adanya ilusi persepsi yaitu persepsi yang salah sehingga keadaannya berbeda dengan sebenarnya.
- 6) Persepsi sebagian ada yang dipelajari dan sebagian ada yang bawaan.
- 7) Sifat benda yang dihayati dalam persepsi biasanya bersifat permanen dan stabil, tidak dipengaruhi oleh penerangan, posisi, dan jarak (permanent shade).
- 8) Persepsi bersifat prospektif yang berarti mengandung harapan.
- 9) Pada orang normal, ada cukup waktu untuk mengoreksi kesalahan persepsi, berbeda dengan yang terganggu jiwanya.

## II.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Walgito (2003) ada 2 sumber keadaan yang dapat mempengaruhi hasil persepsi yaitu yang berhubungan dengan segi kejasmanian dan segi psikologis. Apabila sistem

fisiologis terganggu dapat mempengaruhi persepsi seseorang, sedangkan faktor psikologis seperti yang telah disebutkan diatas yaitu mengenai perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan motivasi dapat mempengaruhi seseorang dalam membentuk persepsi. Selain itu lingkungan atau situasi khususnya yang melatarbelakangi stimulus juga akan berpengaruh dalam persepsi. Menurut Walgito (2010) ada beberapa faktor yang berperan dalam persepsi, yaitu:

1) Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang akan mengenai alat indera atau reseptor, dimana stimulus dapat datang dari luar ataupun dari dalam diri individu.

2) Alat indera, syaraf dan pusat susunan syaraf

Alat indera digunakan untuk menerima stimulus, syaraf sensoris untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke otak yang merupakan pusat susunan syaraf.

3) Perhatian

Perhatian merupakan langkah awal dalam mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu ataupun sekelompok objek. Objek yang dapat dipersepsi bisa bermacam-macam. Persepsi sosial atau person perception merupakan objek persepsi yang berwujud manusia, sedangkan persepsi yang berobjek non manusia disebut things perception (Walgito, 2010). Adapun faktor-faktor yang menentukan persepsi dapat dikelompokkan menjadi 2, yaitu (Rakhmat, 2012):

1) Faktor-faktor fungsional

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang disebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus tersebut. Perbedaan persepsi dapat dipengaruhi oleh kondisi biologis, karakter sosial, kebutuhan biologis, suasana mental, serta pengaruh kebudayaan.

2) Faktor-faktor struktural

Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu.

## II.2.1 Proses Terjadinya Persepsi

Proses terjadinya persepsi yaitu dimulai dengan adanya objek yang menimbulkan stimulus, kemudian stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Menurut Walgito (2010) proses terjadinya persepsi dapat dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu:

1) Proses kealaman

Proses kealaman merupakan proses stimulus mengenai alat indera. Proses kealaman disebut juga sebagai proses fisik.

2) Proses fisiologis

Proses fisiologis merupakan proses dimana stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak.

3) Proses psikologis

Proses yang terjadi di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, didengar ataupun diraba yaitu stimulus yang diterima melalui alat indera. Proses psikologis merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi sebenarnya.

## **II.3 Electronic Commerce (E-Commerce)**

### **II.3.1 Definisi Electronic Commerce (E-Commerce)**

Internet merupakan jaringan fisik dari berbagai perangkat komputer yang terhubung secara global. Era masyarakat modern seperti sekarang ini, internet dijadikan alternatif sumber informasi pertama yang dapat diakses seseorang untuk memenuhi kebutuhan akan suatu informasi tertentu. Pengguna bisa melihat barang yang dicari hanya dengan sekali klik pada komputer yang terhubung dengan jaringan internet tanpa harus datang ke toko fisik secara langsung, dari hal tersebut secara tidak langsung pengguna telah merasakan dampak kemudahan dalam menerapkan teknologi informasi yang telah berkembang (Rahman dan Dewantara, 2017). Dengan adanya internet, hampir semua lingkup kehidupan mengalami kemajuan dari bidang hukum, sosial, dan ekonomi termasuk ruang lingkup perdagangan. Aktivitas perdagangan melalui internet saat ini lebih populer dengan electronic commerce (e-commerce) (Hapsari dan Darori, 2017).

Electronic commerce (e-commerce) merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, www, atau jaringan komputer lainnya (Zaipin dkk., 2017). E-commerce pertama kali dikenal pada tahun 1994 pada saat itu merupakan suatu banner elektronik yang dipakai dalam tujuan promosi dan periklanan pada suatu halaman dalam suatu situs web (Dewi dkk., 2017). Electronic Commerce (e-commerce) merupakan proses transaksi pembelian, penjualan atau pertukaran benda, penyerahan, pelayanan dan informasi melalui sambungan antar

komputer. E-commerce adalah kelompok dari e-business, yang dimana e-business memiliki jangkauan yang lebih luas, tidak hanya sekedar penjualan tetapi mencakup semua penggabungan mitra bisnis, pelayanan konsumen, pencarian kerja dll. Adapun teknologi jaringan www, e-commerce juga memerlukan suatu teknologi basis data atau kumpulan data (database), e-surat atau surat elektronik (e-mail), yang dalam bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang atau produk, dan alat perniagaan dalam menjalankan e-commerce ini (Irmawati, 2011).

E-commerce merupakan singkatan dari Electronic Commerce yang artinya sistem penjualan dengan media elektronik. E-Commerce ini mencakup penyerahan, perniagaan, pembelian, pemasaran dan pelayanan dari suatu produk atau jasa yang dilakukan dalam suatu jaringan elektronika seperti internet atau dalam bentuk jaringan komputer lain. E-commerce bukan sebuah layanan atau sebuah produk, tetapi merupakan perpaduan antara layanan dan produk. E-commerce dan kegiatan yang terkait melalui internet dapat menjadi penggerak dalam memperbaiki sistem ekonomi dalam negeri melalui liberalisasi jasa sehingga mempercepat persambungan dengan kegiatan produksi dunia. Karena e-commerce akan menyambungkan perniagaan dalam negeri dengan perdagangan global, beberapa bentuk pembicaraan atau penawaran tidak hanya akan terbatas dalam perspektif perniagaan global, tetapi bagaimana suatu peraturan dalam negeri mengenai pengawasan di suatu negara, khususnya dalam bidang jaringan komputer, pelayanan keuangan, dan pengiriman barang serta penyaluran barang (Irmawati, 2011).

Electronic Commerce di artikan sebagai suatu metode transaksi produk, jasa, serta informasi yang dipraktikkan secara elektronik dengan menggunakan jaringan komputer. Adapun salah satu jaringan yang digunakan adalah internet. Electronic Commerce (Penjualan Elektronik), adalah kelompok dari Electronic Business (bisnis yang dipraktikkan dengan menggunakan transmisi elektronik). E-commerce akan mengubah segala bentuk pemasaran dan juga akan memotong biaya-biaya yang biasa digunakan untuk kegiatan perniagaan. Proses yang terdapat dalam E-commerce adalah sebagai berikut :

- a. Pembuatan situs web untuk penjualan benda dan jasa.
- b. Pemesanan secara langsung serta adanya tagihan.
- c. Pembuatan akun pelanggan secara aman dari nomor rekening/kartu kredit
- d. Pembayaran yang dilakukan melalui transfer & penanganan transaksi (Irmawati, 2011)

E-commerce sudah menjadi trend di Indonesia. Banyak toko offline membuka devisi online untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Transaksi melalui e-commerce menjanjikan kemudahan-kemudahan kepada penjual dan pembeli, akan tetapi bukan berarti tanpa masalah. Masalah yang dialami antara lain masalah keamanan, integritas perusahaan jelek atau bahkan perusahaan fiktif. Membangun kepercayaan di e-commerce lebih sulit dibanding toko offline karena orang yang diajak bertransaksi tidak kelihatan. Di Indonesia pengguna internet sudah mencapai 82 juta orang atau sekitar 30% dari total penduduk Indonesia, berdasarkan data dari Menkominfo yang menyebutkan bahwa nilai transaksi e-commerce pada tahun 2013 mencapai angka Rp130 triliun (Sidharta dan Sidh, 2014).

### II.3.2 Pemanfaatan E-Commerce

E-commerce memberikan pilihan kepada penjual mengenai jenis penjualan, penyerahan dan skala usaha yang akan diinginkan. Dengan penerapan teknologi informasi e-commerce, penjual dapat menyeleksi dalam mengembangkan target pasar kepada pasar dunia atau hanya fokus pada pangsa pasar tertentu. Bagi usaha mikro dan menengah, dengan adanya e-commerce dapat memberikan sesuatu produk atau jasa yang berkualitas serta mudah didapat dan mempunyai kepercayaan diri menghadapi pesaing. Biaya tidak akan menjadi kendala utama, tetapi yang terpenting adalah bagaimana usaha mikro dan menengah dapat memperlihatkan produk atau jasa yang dijual melalui situs webnya dan sehingga dapat dilakukan melalui perniagaan secara online (Rizal, Palil, 2011).

Dengan adanya e-commerce, penjual dapat mengubah harga atau melakukan pembaharuan produk atau jasa yang dijual dan terinformasikan secara efektif dan efisien melalui website. Sesuatu hal kurang efisien dalam segi waktu untuk dipraktikkan atau dihubungkan, dengan e-commerce menjadi lebih efisien. Membuat bentuk usaha yang terbaru, melaksanakan spesifikasi dengan derajat yang baik atau meningkatkan kreativitas dalam menarik perhatian pelanggan, bukan sesuatu yang sulit bagi e-commerce. E-commerce juga berguna dalam membuat database pelanggan yang kompleks. Penjual bisa mempunyai informasi tentang bentuk pemesanan yang diinginkan pembeli serta mengelolanya sebagai informasi yang bermanfaat. Database tersebut akan membantu penjual dalam melakukan penjualan dan strategi promosi agar dapat tepat dan efektif (Irmawati, 2011).

Dalam kaitannya dengan pelanggan, e-commerce membantu dalam memudahkan setiap kegiatan transaksi yang nyaman. E-commerce juga dapat menghemat waktu pembeli



dibandingkan jika pelanggan tersebut melakukan transaksi secara langsung. Meskipun mempunyai beberapa kelebihan, penggunaan e-commerce juga menghadapi permasalahan. Melakukan kegiatan transaksi dengan jaringan internet berarti pembeli akan terpaksa memberitahukan beberapa informasi pribadi yang diinginkan oleh penjual. Persyaratan ini tentunya dapat mengganggu privasi dan menimbulkan masalah mengenai keamanan dari informasi yang diberikan. Alat untuk proses tertentu yang belum terstandarisasi, jaringan yang terbatas dan kekurangan aplikasi yang digunakan, merupakan beberapa masalah teknis yang menyebabkan e-commerce masih kurang terhubung dengan sistem informasi yang ada. Disamping permasalahan teknis, masalah non teknis juga menjadi kekurangan dalam pemakaian e-commerce. Ada banyak pelanggan yang belum percaya dan sulit mengubah kebiasaannya untuk jual beli secara tidak langsung dengan penjualnya (Irmawati, 2011).

### II.3.3 Kelemahan dan Kendala E-Commerce

Menurut survey yang dilaksanakan oleh CommerceNet para pembeli belum memberikan kepercayaan kepada e-commerce seutuhnya, mereka belum bisa mendapatkan produk atau jasa yang mereka butuhkan di e-commerce, belum ada proses yang tidak rumit dan sederhana untuk membayar. selain itu, pencarian di e-commerce belum lancar seutuhnya. Pelanggan e-commerce masih was-was adanya pencurian kartu kredit, rahasia informasi mereka menjadi terlihat, dan kinerja jaringan yang belum bagus. Sebagian besar pembeli masih belum percaya dengan jaringan internet, mencari situs belanja, menunggu unduhan gambar, mencoba memahami bagaimana proses memesan produk, dan kemudian was-was apakah nomor kartu kredit mereka dicuri oleh pembobol. Tampaknya untuk meyakinkan pelanggan ini, e-merchant harus melakukan banyak proses pemindaian (scanning) pelanggan. Hal tersebut belum terjadi karena sebagian besar merchant ingin agar pembeli menemukan bukan hanya produk mereka tapi harga yang diberikan penjual lain lebih murah. Seperti para penjual belum punya bentuk yang bagus bagaimana cara mengatur situs online mereka, mereka mengalami kendala dalam menyampaikan informasi yang didapat secara online dengan aplikasi bisnis lainnya. Kendala yang seringkali menjadi masalah utama adalah ide untuk berbagi informasi bisnis kepada pembeli dan penyalur hal ini merupakan jalan utama dalam sistem e-commerce bisnis ke bisnis. Hal utama untuk menghilangkan kendala adalah merchant harus men-stop ide bahwa dengan cara bergantung pada jaringan lain maka semua kendala akan hilang,

nyatanya adalah sebenarnya merchant harus me-reka ulang sistem mereka demi mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya dari e-commerce (Irmawati, 2011).

Adapun pada penelitian yang dilakukan Teguh Laksana (2011) menyebutkan ada 2 keterbatasan atau kekurangan dalam e-commerce yaitu keterbatasan teknis dan non teknis. Keterbatasan teknis meliputi adanya batasan dalam telekomunikasi, alat pengembangan perangkat lunak yang masih dalam tahap perkembangan dan kemungkinan berubah dengan cepat, sulit menyatukan perangkat lunak internet dan e-commerce dengan aplikasi dan database yang ada sekarang ini, vendor kemungkinan perlu server web yang khusus serta infrastruktur lainnya, selain server jaringan, beberapa perangkat lunak dalam e-commerce mungkin tidak akan cocok bagi hardware tertentu, atau tidak bisa dipasang bersama dengan beberapa sistem pengoperasian atau komponen-komponen lain. Sedangkan dalam kendala non teknis yaitu biaya pengembangannya bisa sangat tinggi dan adanya kekeliruan dalam penggunaannya sehingga mengakibatkan penambahan biaya, kurangnya keamanan atau privasi penggunanya, kadang masih dirasa meragukan bagi pelanggan baru yang menggunakan e-commerce karena tidak bertemu langsung dengan penjual karena itu pergerseran dari toko fisik ke toko virtual (penjualan secara e-commerce) kemungkinan menghadapi kesulitan tersendiri (Laksana, 2011).

#### **II.4 E-Farmasi**

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 26 tahun 2018 pasal 29 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Kesehatan, E-Farmasi adalah sistem elektronik yang digunakan dalam penyelenggaraan kefarmasian. Penyelenggara Sistem Elektronik Farmasi yang disingkat dengan (PSEF) adalah badan hukum yang menyelenggarakan, mengelola, dan /atau mengoperasikan E-farmasi untuk keperluan dirinya dan/atau pihak lain. PSEF diselenggarakan oleh pelaku usaha non perseorangan berdasarkan hukum. Persyaratan untuk memperoleh pendaftaran PSEF terdiri atas diantaranya adalah :

- a. STRA
- b. Surat izin praktek apoteker
- c. Dokumen proses bisnis aplikasi E-Farmasi
- d. Perangkat untuk akses data ketersediaan sediaan farmasi, alat kesehatan, dan BMPH dengan disertai petunjuk manualnya, dan
- e. Data industri farmasi PBF dan/atau apotek yang bekerja sama dengan PSEF.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 26 tahun 2018 Perizinan berusaha secara elektronik atau online single submission (OSS) merupakan perizinan berusaha yang diterbitkan oleh lembaga OSS atas nama pemerintahan kepada pelaku usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi. Pelaku usaha akan mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) dari lembaga OSS setelah melakukan pendaftaran. Paling lama 5 (lima) hari sejak diterima evaluasi, pelaku usaha wajib melakukan perbaikan dan penyampaian kepada kementerian kesehatan melalui [www.e-pharm.kemkes.go.id](http://www.e-pharm.kemkes.go.id) yang terintegrasi dengan sistem OSS.

Menurut survei FDA baru-baru ini, hampir satu dari empat pengguna internet yang disurvei dilaporkan telah membeli obat resep secara online. Fakta ini tidak mengherankan mengingat banyak orang terutama mereka yang memiliki asuransi pengobatan, menggunakan internet untuk mendapatkan obat yang telah dituliskan dokter dalam resep dari apotek yang sah dan bereputasi baik. Saat ini, konsumen lebih banyak mencari situs-situs yang menyediakan harga lebih murah. Survei yang dilakukan Food and Drug Administration (FDA) menunjukkan bahwa sekitar 29 persen responden mengatakan bahwa mereka tidak yakin bagaimana cara membeli obat secara online dengan aman. Pentingnya dilakukan survey ini karena menurut ulasan oleh National Association of Boards of Pharmacy (NABP), kurang dari 3 persen penyerahan obat online yang mematuhi undang-undang AS dan standar praktik NABP, sehingga sangat penting bagi konsumen online untuk memahami bagaimana mengenali situs penjualan obat ilegal dan legal secara online dan bagaimana mengidentifikasi situs penjualan obat online yang aman dan legal (FDA\_Voice, n.d.).

## **II.5 Mahasiswa**

### **II.5.1 Definisi Mahasiswa**

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi mahasiswa adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar pada perguruan tinggi tertentu. Mahasiswa adalah calon ilmuwan muda yang sedang belajar suatu disiplin ilmu pengetahuan agar dapat menjadi seorang ahli yang profesional dan tekun dalam pengembangan ilmu di kemudian hari (Dariyo, 2004). Setiap mahasiswa memiliki kecenderungan untuk berpikir kritis, dan bertindak dengan cepat dan tepat dengan apa yang terjadi di sekitarnya. Dimana hal tersebut merupakan prinsip yang

saling melengkapi. Mahasiswa adalah manusia yang tercipta untuk selalu berpikir yang saling melengkapi (Siswoyo, 2007).

#### II.5.2 Mahasiswa Program Studi Apoteker

Menurut Undang-Undang No. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan, Apoteker merupakan tenaga kesehatan selain Dokter, Dokter Gigi, Perawat dan Bidan. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 51 tahun 2009, Apoteker adalah pelaku utama pelayanan kefarmasian yang memiliki kewenangan untuk melakukan praktik kefarmasian. Praktik kefarmasian tersebut meliputi pengendalian kualitas sediaan farmasi, penyediaan, penyimpanan dan penyaluran obat, pelayanan obat atas resep dokter, pelayanan informasi obat serta pengembangan obat, bahan obat dan obat tradisional (Permenkes, 2009).

Berdasarkan hal tersebut terlihat jelas bahwa kompetensi yang dimiliki Apoteker berbeda dengan kompetensi yang dimiliki oleh Dokter dan Dokter Gigi sebagai tenaga medis, Perawat dan Bidan. Kompetensi tersebut diperoleh melalui pendidikan profesi apoteker. Program Studi Profesi Apoteker (PSPA) merupakan jenjang pendidikan profesi untuk memperoleh keahlian dengan sebutan Apoteker/Farmasis. Jenjang ini dapat ditempuh seorang setelah lulus Program Sarjana (S1). Setelah menyelesaikan program pendidikan profesi dan melaksanakan sumpah apoteker, maka mahasiswa berhak menyandang gelar Apoteker (Apt).