

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Pada penelitian yang dilakukan Szekeley dkk (2015) mengenai sikap pasien dan pelanggan tentang pembelian obat *online*, yang dilakukan di Rumania, yang dilakukan dengan cara mengisi kuesioner kepada masyarakat juga termasuk 259 pasien dari 9 apotek yang tersebar di Rumania, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif, dan didapatkan hasil 8,3 % dari responden sudah membeli obat secara *online*, dan 7,1 % berniat untuk membeli obat secara online, dimana mereka yang membeli obat secara *online* berumur antara 18 – 34 tahun, tingkat pendidikan di universitas dan rata-rata laki-laki. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan khusus terhadap mahasiswa, dimana bukan hanya sikap yang diukur, perilaku dan faktor – faktor yang mempengaruhi mahasiswa membeli obat secara *online* juga di deskripsikan.
2. Pada penelitian yang dilakukan oliver dkk (2006) mengenai persepsi risiko dan musyawarah di pengecer obat , dan perilaku konsumen terhadap apotek *online*, dimana penelitian tersebut termasuk dalam penelitian eksperimental menyelidiki dampak dari resiko produk tingkat pengecer, dengan memeriksa pengaruh dari resiko yang yang menjadi dasar keputusan, informasi konsumen, pengolahan sementara pada website dan pada hasil akhir dari proses musyawarah. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian tidak dilakukan musyawarah dan penelitian bukan pada tingkat pengecer obat, namun pada tingkat mahasiswa, dengan mengukur sikap, perilaku, faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan dalam membeli obat secara *online*.

B. Landasan Teori

1. Sikap

a. Definisi Sikap

Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Manifestasi sikap itu tidak dapat langsung dilihat, tetapi hanya dapat ditafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang tertutup. Sikap secara nyata menunjukkan konotasi adanya kesesuaian reaksi terhadap stimulus tertentu yang dalam kehidupan sehari-hari merupakan reaksi yang bersifat emosional terhadap stimulus sosial. Sikap belum merupakan suatu tindakan atau aktivitas, akan tetapi merupakan predisposisi tindakan suatu perilaku. Sikap itu masih merupakan reaksi yang tertutup, bukan merupakan reaksi terbuka atau tingkah laku yang terbuka. Sikap merupakan kesiapan untuk bereaksi terhadap objek di lingkungan tertentu sebagai suatu penghayatan terhadap objek (Notoatmojo, 2012).

b. Komponen pokok sikap

Sikap mempunyai tiga komponen pokok yaitu:

- 1) Kepercayaan (keyakinan), ide, dan konsep terhadap suatu objek.
- 2) Kehidupan emosional atau evaluasi terhadap suatu objek.
- 3) Kecendrungan untuk bertindak (*tend to behave*).

Ketiga komponen tersebut secara bersama-sama membentuk sikap yang utuh (*total attitude*). Dalam penentuan sikap yang utuh ini, pengetahuan, pikiran, keyakinan, dan emosi memegang peran penting (Notoatmojo, 2012).

c. Berbagai tingkatan sikap

Menurut (Notoatmojo, 2012) Sikap terdiri dari berbagai tingkatan, antara lain:

- 1) Menerima (*receiving*)

Menerima diartikan bahwa orang (subjek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (objek).

2) Merespon (*responding*)

Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan, dan menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi dari sikap. Karena dengan suatu usaha untuk menjawab pertanyaan atau mengerjakan tugas yang diberikan, terlepas dari pekerjaan itu benar atau salah, adalah berarti bahwa orang menerima ide tersebut.

3) Menghargai (*Valuing*)

Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga.

4) Bertanggung jawab (*responsible*)

Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala risiko merupakan sikap yang paling tinggi.

d. Fungsi sikap

Menurut Schiffman & Kanuk (2010) yang dikutip Sunyoto (2015) ada empat fungsi sikap, yaitu :

1) Fungsi utilitarian

Sikap berfungsi mengarahkan perilaku untuk mendapatkan penguatan positif atau menghindari resiko.

2) Fungsi mempertahankan ego

Sikap berfungsi melindungi seseorang dari keraguan yang muncul dari dirinya sendiri atau dari faktor luar yang mungkin menjadi ancaman bagi dirinya. Sikap tersebut berfungsi untuk meningkatkan rasa aman dari ancaman yang datang dan menghilangkan keraguan yang ada dalam diri konsumen.

3) Fungsi ekspresi nilai

Sikap berfungsi untuk menyatakan nilai, gaya hidup, dan identitas sosial dari seseorang. Sikap menggambarkan minat, kegiatan, dan opini dari seseorang konsumen.

4) Fungsi pengetahuan

Keingintahuan adalah salah satu karakter konsumen yang penting. Pengetahuan yang baik mengenai suatu produk tersebut. Karena itu sikap positif terhadap suatu produk sering kali mencerminkan pengetahuan konsumen terhadap suatu produk.

2. Perilaku

Dari segi biologis perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. Oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup dari mulai tumbuhan, binatang sampai manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. Sehingga yang dimaksud dengan perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktifitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah semua kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2012).

a. jenis-jenis perilaku

Perilaku dapat dibedakan menjadi dua :

1) Perilaku tertutup (*covert behavior*)

Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi pengetahuan/kesadaran, dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, dan belum bisa diamati secara jelas oleh orang lain.

2) Perilaku terbuka (*overt behavior*)

Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut

sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain.

b. Domain perilaku

Menurut notoatmodjo (2012) faktor-faktor yang membedakan respon terhadap stimulus yang berbeda disebut determinasi perilaku. Determinasi perilaku ini dapat dibedakan menjadi dua, yakni:

- 1) Determinan atau faktor internal, yakni karakteristik orang yang bersangkutan, yang bersifat bawaan, misalnya: tingkat kecerdasan, tingkat emosional, jenis kelamin, dan sebagainya.
- 2) Determinan atau faktor eksternal, yakni lingkungan baik lingkungan fisik, sosial, budaya, ekonomi, politik dan sebagainya. Faktor lingkungan ini sering merupakan faktor yang dominan yang mewarnai perilaku seseorang.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

Menurut Sunyoto (2015) perilaku konsumen untuk melakukan pembelian dipengaruhi oleh lingkungan meliputi faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor pengaruh pribadi, dan faktor situasi.

1) Faktor budaya

Faktor budaya memberi pengaruh yang paling luas dan dalam perilaku konsumen. Budaya merupakan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya. Budaya mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak, dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Budaya tidak mencakup naluri, dan tidak pula mencakup perilaku idiosinkratik yang terjadi sebagai pemecahan sekali saja untuk satu masalah yang unik. Budaya melengkapi orang dengan rasa identitas dan pengertian akan perilaku yang dapat diterima di dalam masyarakat.

2) Faktor kelas sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga serta peranan dan status sosial konsumen. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung. Definisi kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran bersama. Keluarga dapat mempengaruhi perilaku pembelian. keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Keputusan pembelian keluarga , tergantung pada produk, iklan dan situasi. Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya di keluarga, klub, dan organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

a) Penentu kelas sosial

Penentu kelas sosial yang dikutip oleh Sunyoto (2015) meliputi pekerjaan, prestasi pribadi, interaksi, pemilikan, orientasi nilai, dan kesadaran kelas.

(1) Pekerjaan

Analisis konsumen mempertimbangkan pekerjaan sebagai indikator tunggal terbaik mengenai kelas sosial. pekerjaan yang dilakukan oleh konsumen sangat mempengaruhi gaya hidup mereka dan merupakan satu-satunya basis terpenting untuk menyampaikan prestise, kehormatan, dan respek.

(2) Prestasi pribadi

Status seseorang dapat pula dipengaruhi oleh keberhasilannya yang berhubungan dengan status orang lain di dalam pekerjaan yang sama.

(3) Interaksi

Orang merasa paling senang jika mereka bersama orang dengan nilai dan perilaku yang sama. Keanggotaan kelompok dan interaksi dianggap sebagai determinasi utama dari kelas sosial seseorang.

(4) Pemilikan

Merupakan simbol keanggotaan kelas, tidak hanya jumlah pemilikan, tetapi sifat pilihan yang dibuat. Keputusan pemilikan terpenting yang mencerminkan kelas sosial suatu keluarga adalah pilihan di mana untuk tinggal.

(5) Orientasi nilai

Nilai menunjukkan kelas sosial dimana seseorang termasuk di dalamnya. Ketika sekelompok orang berbagi seperangkat keyakinan bersama yang abstrak yang mengorganisasi dan menghubungkan banyak sifat spesifik adalah mungkin untuk menggolongkan individu di dalam kelompok dengan tingkat di mana ia memiliki nilai ini.

b) Kesadaran kelas

Individu yang relatif sadar akan perbedaan kelas lebih mungkin berasal dari kelas yang lebih tinggi, walaupun individu berasal dari kelas sosial yang lebih rendah mungkin lebih sadar akan realitas kelas sosial secara keseluruhan.

3) Faktor pengaruh pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahapan daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan – tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang

dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya. Pekerjaan mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pemilihan produk. Situasi ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya dan polanya), tabungan dan harta.

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan seseorang dibalik kelas sosial seseorang. Kepribadian adalah karakteristik psikologi yang berada dari setiap orang yang memandang respon terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian dapat merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. (Sunyoto, 2015)

4) Faktor keluarga

a) Pengertian keluarga

Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilaku yang sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli. Keluarga dapat berbentuk keluarga inti yang terdiri dari Ayah, ibu, dan anak-anak, atau terdiri dari Ayah, ibu, anak-anak, kakek, nenek, serta warga keturunannya.

b) Variabel-variabel yang mempengaruhi keluarga

Variabel yang dimaksud mempengaruhi keluarga di sini adalah variabel sosiologis, di mana keluarga dalam mengambil keputusan dapat di mengerti dengan baik dengan mempertimbangkan dimensi sosiologi seperti kohesi, adaptasi, dan komunikasi.

(1) Kohesi

Adalah pertalian emosi yang dimiliki para anggota keluarga satu sama lain. Di samping itu merupakan ukuran seberapa dekat yang di rasakan oleh anggota keluarga terhadap satu sama lain pada tingkatan emosi.

(2) Kemampuan beradaptasi

Kemampuan sistem keluarga untuk mengubah struktur kekuasaannya, hubungan peranan, dan kaidah hubungan sebagai respon terhadap stress situasional dan perkembangan. Kemampuan keluarga beradaptasi adalah ukuran seberapa baik keluarga dapat memenuhi tantangan yang disajikan oleh kebutuhan yang berubah.

(3) Komunikasi

Merupakan dimensi yang memudahkan yang kritis bagi gerakan pada dua dimensi yang lain. Keterampilan komunikasi yang positif, memungkinkan keluarga untuk berbagi satu sama lain kebutuhan dan preferensi mereka yang berubah sebagaimana berhubungan dengan kohesi dan kemampuan beradaptasi. Kemampuan berkomunikasi yang negatif, seperti pesan ganda, ikatan ganda, kritik, meminimumkan kemampuan keluarga untuk berbagi perasaan, sehingga membatasi gerakan pada dimensi kohesi dan kemampuan beradaptasi.

5) Faktor situasi

Menurut Sunyoto (2015) mengusulkan bahwa konsumen dapat didefinisikan sepanjang lima garis karakteristik umum, yaitu:

a) Lingkungan fisik

Adalah sifat nyata yang merupakan situasi konsumen. Ciri ini mencakup lokasi geografis, dekor, suara,

aroma, penyinaran, cuaca, dan konfigurasi yang terlihat dari barang dagangan atau bahan lain yang mengelilingi objek stimulus.

b) Lingkungan sosial

Adalah ada atau tidak adanya orang lain di dalam situasi bersangkutan.

c) Waktu

Adalah sifat sementara dari situasi seperti momen tertentu ketika perilaku terjadi, misalnya jam, hari, bulan, tahun, musim. Waktu mungkin pula diukur sehubungan dengan semacam kejadian masa lalu atau masa datang untuk peserta situasi, misal waktu sejak pembelian terakhir, waktu hingga hari pembayaran.

d) Tugas

Adalah tujuan atau sasaran tertentu yang di miliki konsumen di dalam suatu situasi

e) Keadaan anteseden

Adalah suasana hati sementara, misalnya kecemasan, kesenangan, kegairahan atau kondisi sementara, misalnya uang kontan yang tersedia, kelelahan, yang dibawa konsumen ke dalam situasi tersebut.

D. Obat

1. Pengertian obat

Obat adalah bahan atau paduan bahan-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 (Undang-undang republik Indonesia Nomor 36 tahun 2009).

Obat jadi adalah obat yang sudah dalam bentuk siap pakai. Dibedakan antara obat generik dan obat merk dagang. Obat generik

adalah obat yang terdaftar yang menggunakan nama generik yaitu nama obat internasional atau nama lazim yang sering dipakai. Penulisan obat generik menunjukkan :

- a. Nama generik lebih inovatif dari pada nama dagang
- b. Memberi kemudahan pemilihan produk
- c. Produk obat generik pada dasarnya lebih murah dari pada produk nama dagang
- d. Resep atau order dengan nama generik mempermudah substitusi produk yang sesuai

Obat nama dagang adalah obat jadi dengan nama dagang yang terdaftar atas nama pembuat atau yang dikuasakannya, dan dijual dalam bungkus asli pabrik yang memproduksinya. Sedangkan obat palsu adalah obat jadi yang diproduksi oleh pabrik obat yang tidak terdaftar, obat yang tidak terdaftar atau obat jadi yang kadarnya menyimpang 20% atau lebih dari persyaratan yang ditentukan.

2. Penggolongan obat

Penggolongan obat dimaksudkan untuk peningkatan keamanan dan ketepatan penggunaan serta pengamanan distribusinya. Penggolongan obat di bagi menjadi 4 (Depkes, 2008) yaitu :

a. Obat Bebas

Obat bebas adalah obat yang dijual bebas di pasaran dan dapat dibeli tanpa resep dokter. Tanda khusus pada kemasan dan etiket obat bebas adalah lingkaran hijau dengan garis tepi berwarna hitam. Contoh : Parasetamol, Vitamin dan Mineral



Logo obat bebas yaitu berupa lingkaran hijau dengan garis tepi berwarna hitam.

b. Obat Bebas Terbatas

Obat bebas terbatas adalah obat yang sebenarnya termasuk obat keras tetapi masih dapat dijual atau dibeli bebas tanpa resep dokter, dan disertai dengan tanda peringatan. Tanda khusus pada kemasan dan etiket obat bebas terbatas adalah lingkaran biru dengan

garis tepi berwarna hitam. Contoh : CTM (Chorfeniramine Maleat) golongan anti histamin.



Logo obat bebas terbatas yaitu terdapat tanda khusus berupa lingkaran biru dengan garis tepi berwarna hitam.

c. Obat Keras dan Psikotropika

Obat keras adalah obat yang hanya dapat dibeli di apotek dengan resep dokter. Tanda khusus pada kemasan dan etiket adalah huruf K dalam lingkaran merah dengan garis tepi berwarna hitam.

Contoh : Asam Mefenamat

Obat psikotropika adalah obat keras baik alamiah maupun sintetis bukan narkotik, yang berkhasiat psikoaktif melalui pengaruh selektif pada susunan saraf pusat yang menyebabkan perubahan khas pada aktivitas mental dan perilaku. Contoh : Diazepam, Phenobarbital.



Logo obat keras yaitu mempunyai tanda khusus berupa lingkaran bulatan hitam dengan garis tepi berwarna hitam dan huruf K ditengah yang menyentuh garis tepi.

d. Obat Narkotika

Obat narkotika adalah obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman baik sintetis maupun semi sintetis yang dapat menyebabkan penurunan atau perubahan kesadaran, hilangnya rasa, mengurangi, sampai menghilangkan rasa nyeri dan menimbulkan ketergantungan. Contoh : Morfin, Petidin



Logo narkotik yaitu mempunyai tanda khusus lingkaran berwarna merah yang di dalamnya terdapat palang merah yang tidak menyentuh garis tepi.

3. Penggolongan obat tradisional

Obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenika)

atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun-temurun telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman (BPPOM, 2005).

Obat tradisional Indonesia dibagi menjadi tiga, antara lain:

a. Jamu

Adalah obat tradisional Indonesia.

b. Obat herbat terstandar (OHT)

Adalah sediaan obat bahan alam yang telah dibuktikan keamanan dan khasiatnya secara ilmiah dengan uji praklinik dan bahan bakunya telah di standarisasi.

c. Fitofarmaka

Adalah sediaan obat bahan alam yang telah dibuktikan keamanan dan khasiatnya secara ilmiah dengan uji praklinik dan uji klinik, bahan baku dan produk lainnya telah di standarisasi.

4. Informasi Kemasan, Etiket dan Brosur

Sebelum menggunakan obat, bacalah sifat dan cara pemakaiannya pada etiket, brosur atau kemasan obat agar penggunaannya tepat dan aman. Pada setiap brosur atau kemasan obat selalu dicantumkan :

- a. Nama obat
- b. Komposisi
- c. Indikasi
- d. Informasi cara kerja obat
- e. Aturan pakai
- f. Peringatan (khusus untuk obat bebas terbatas)
- g. Perhatian
- h. Nama produsen
- i. Nomor batch/lot
- j. Nomor registrasi

Nomor registrasi dicantumkan sebagai tanda ijin edar abash yang diberikan oleh pemerintah pada setiap kemasan obat.

k. Tanggal kadaluarsa

5. Tanda peringatan

Menurut Anonim (2007) Tanda peringatan selalu tercantum pada kemasan obat bebas terbatas, berupa empat persegi panjang berwarna hitam berukuran panjang 5 (lima) centimeter, lebar 2 (dua) centimeter dan memuat pemberitahuan berwarna putih sebagai berikut :

Gambar 3.1



6. Cara pemilihan obat

Menurut Anonim (2007) Untuk menetapkan jenis obat yang dibutuhkan perlu memperhatikan:

- Gejala atau keluhan penyakit.
- Kondisi khusus misalnya hamil, menyusui, bayi, lanjut usia, diabetes militus dan lain-lain.
- Pengalaman alergi atau reaksi yang tidak diinginkan terhadap obat tertentu.
- Nama obat, zat berkhasiat, kegunaan, cara pemakaian, efek samping dan interaksi obat yang dapat dibaca pada etiket atau brosur obat.
- Pilihlah obat yang sesuai dengan gejala penyakit dan tidak ada interaksi obat dengan obat yang sedang diminum.
- Untuk pemilihan obat yang tepat dan informasi yang lengkap, tanyakan kepada apoteker.

7. Cara penggunaan obat

Menurut Anonim (2007) untuk cara penggunaan obat sebagai berikut:

- Penggunaan obat tidak untuk pemakaian terus menerus.

- b. Gunakan obat sesuai dengan anjuran yang tertera pada etiket atau brosur.
- c. Bila obat yang digunakan menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan, hentikan penggunaan dan tanyakan kepada apoteker dan dokter.
- d. Hindarkan menggunakan obat orang lain walaupun gejala penyakit sama.
- e. Untuk mendapatkan informasi penggunaan obat yang lebih lengkap, tanyakan kepada apoteker.

8. Efek Samping

Efek samping obat merupakan respon obat yang merugikan dan tidak diharapkan terjadi karena penggunaan obat dengan dosis atau takaran normal pada manusia untuk tujuan profilaksis, diagnosis dan terapi. Yang perlu diketahui tentang efek samping adalah :

- a. Baca dengan seksama kemasan atau brosur obat, efek samping yang mungkin timbul.
- b. Untuk mendapatkan informasi tentang efek samping yang lebih lengkap dan apa yang harus dilakukan bila mengalaminya, tanyakan pada apoteker.
- c. Efek samping yang mungkin timbul antara lain reaksi alergi gatal-gatal, ruam, mengantuk, ruam, dan lain-lain.
- d. Penggunaan obat pada kondisi tertentu seperti pada ibu hamil, menyusui, lanjut usia, gagal ginjal dan lain-lain dapat menimbulkan efek samping yang fatal. Penggunaan obat harus dibawah pengawasan dokter dan apoteker.

9. Cara Penyimpanan Obat

- a. Simpan obat dalam kemasan asli dan tertutup rapat.
- b. Simpan obat pada suhu kamar dan terhindar dari sinar matahari langsung atau seperti yang tertera pada kemasan.
- c. Simpan obat ditempat yang tidak panas dan tidak lembab karena dapat menimbulkan kerusakan.

- d. Jangan menyimpan obat bentuk cair pada lemari pendingin agar tidak beku, kecuali jika tertulis pada etiket obat.
- e. Jangan menyimpan obat yang telah kadaluarsa atau rusak.
- f. Jauhkan dari jangkauan anak-anak.

10. Tanggal Kadaluarsa

Tanggal kadaluarsa menunjukkan bahwa sampai dengan tanggal yang dimaksud, mutu dan kemurnian obat dijamin masih tetap memenuhi syarat. Tanggal kadaluarsa biasanya dinyatakan dalam bulan dan tahun. Obat rusak merupakan obat yang mengalami perubahan mutu, seperti :

- a. Tablet
 - 1) Terjadinya perubahan bau, warna dan rasa
 - 2) kerusakan berupa noda, bintik-bintik, lubang, sumbing, pecah, retak dan terdapat benda asing, jadi bubuk atau lembab.
 - 3) kaleng atau botol rusak.
- b. Tablet salut
 - 1) Pecah-pecah, terjadi perubahan warna.
 - 2) Basah atau lengket satu dengan lainnya.
 - 3) kaleng atau botol rusak sehingga menimbulkan kelainan fisik.
- c. Kapsul
 - 1) Perubahan warna isi kapsul
 - 2) Kapsul terbuka, kosong, rusak atau melekat satu sama lain.
- d. Cairan
 - 1) Menjadi keruh atau timbul endapan
 - 2) Konsistensi berubah
 - 3) Warna atau rasa berubah
 - 4) botol rusak atau bocor.
- e. Salep
 - 1) Warna berubah
 - 2) pot atau tube rusak atau bocor
 - 3) bau berubah

11. Dosis

Dosis merupakan atauran pemakaian yang menunjukkan jumlah gram atau volume dan frekuensi pemberian obat untuk dicatat sesuai dengan umur dan berat badan pasien.

- a. Gunakan obat tepat waktu sesuai aturan pemakaian.

Contoh :

- 1) Tiga kali sehari berarti obat diminum setiap 8 jam sekali.
 - 2) obat diminum sesudah atau sebelum makan.
 - 3) jika menggunakan obat-obat bebas, ikuti petunjuk pada kemasan atau brosur/leaflet.
- b. Bila terlupa meminum obat
- 1) minumlah dosis yang terlupa segera setelah ingat, tetapi jika hampir mendekati dosis berikutnya, maka abaikan dosis yang terlupa dan kembali kejadwal berikutnya sesuai aturan.
 - 2) Jangan menggunakan dua dosis sekaligus atau dalam waktu yang berdekatan

12. Hal-hal yang harus diperhatikan

- a. Kemasan/wadah

Harus tersegel dengan baik, tidak rusak, tidak berlubang, tanggal kadaluarsa jelas terbaca.

- b. Penandaan pada wadah

- 1) Baca zat berhasiat dan manfaatnya
 - 2) Baca aturan pakainya, misalnya sebelum atau sesudah makan.
 - 3) Untuk pencegahan overdosis, jangan minum obat dua kali dosis bila sebelumnya lupa minum obat.
 - 4) Baca kontraindikasinya
 - a) Misalnya : Tidak boleh diminum oleh ibu hamil /menyusui
 - 5) Baca efek samping yang mungkin timbul
 - 6) Baca cara penyimpanannya.
- c. Bila ragu tanyakan pada Apoteker.
- d. Bila sakit berlanjut hubungi Dokter.