

ANALISIS HIPERREALITAS TERHADAP PERMINTAAN BARANG DI PASAR VIRTUAL(OLSHOP) MELALUI PENDEKATAN SOSIOLOGI EKONOMI (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN KEERA)

Yusran Sanjaya Warsa¹, Ketut Patra², Muh. Ikbal³
^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Palopo, Indonesia

Email: yusransanjaya02@gmail.com¹, ketutpatra@umpalopo.ac.id², ikbalstiem@gmail.com³

ABSTRACT

This study aims to find out the hyperreality analysis of the demand for goods in the Virtual Market (Online Shop) through the Sociology of Economics approach. This researcher uses a qualitative descriptive analysis method. From the results of this study, it is stated that the factors that affect the demand for goods in the virtual market show that the rational choice of consumers is dominant, which is compared to the hyperreality factor itself and although hyperreality does not appear to perm.

Keywords: Price, Hyperreality, Consumption.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hipperrealitas terhadap permintaan Barang di Pasar Virtual (Online Shop) melalui pendekatan Sosiologi Ekonomi. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif . dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa factor yang mempengaruhi permintaan barang yang ada di pasar virtual menunjukkan dominan oleh pilihan rasional konsumen, yang dibandingkan dengan faktor hiperealitas itu sendiri dan Meskipun Hiperealitas tidak nampak terhadap permintaan barang di pasar virtual akan tetapi ada beberapa hal hal yang muncul yang menunjukkan hiperealitas ini terlihat jelas.

Kata Kunci: Harga, Hiperrealitas, Komsumsi.

PENDAHULUAN

Dalam ilmu ekonomi sosiologi ekonomi menjelaskan adanya bentuk perilaku konsumsi seseorang adalah citra atau tanda. Adanya Harga dan Citra yang menjadi variable yang mempengaruhi perilaku konsumsi menjadi hal yang tidak bisa di hindarkan dalam pasar virtual saat ini, seiring dengan perkembangan teknologi. Kegiatan Masyarakat Konsumsi sekarang

ini seperti nya berbanding terbalik dengan pilihan rasional. Yang dimana konsumen lebih memilih dari segi eksistensi maupun citra dalam mengkonsumsi barang dan jasa, sehingga dalam hal ini, Prestise merupakan aspek yang paling ingin diperlihatkan oleh konsumen tersebut. Namun, kedua variabel itu menimbulkan pertentangan yang semakin tajam dan tak terhindarkan, terkhusus yang terjadi pada saat ini pada

pasar virtual atau online shop. Bagi konsumen harga tidak lagi menjadi hal yang dipertimbangkan bagi para konsumen sebelum membeli suatu barang melainkan lebih mengutamakan tanda yang ada pada suatu produk itu sendiri. Argyo Demartoto (2009) mengatakan bahwa konsumsi yang terjadi saat ini yakni konsumsi yang menjadi tanda. Yang dimana tindakan konsumsi suatu barang dan jasa tidak lagi berdasarkan pada kegunaannya melainkan lebih mengutamakan tanda dan simbol yang melekat pada produk dan jasa itu sendiri.

Dari penjelasan di atas peneliti tertarik untuk meneliti hal yang di atas. Yang dimana ada dua hal yang bertolak belakang terkait hal-hal yang mempengaruhi perilaku konsumen. Adapun hasil observasi yang penulis dapatkan, yang dimana terdapat banyak para konsumen yang memberikan informasi bahwa berbelanja di olshop hanya karena desainnya dan hanya untuk bergaya. Tetapi, Adanya beberapa Masyarakat yang mengaku membeli produk di online shop karena harga yang murah atau sering terdapat diskon. Dari beberapa permasalahan yang telah di uraikan di atas, maka penulis bertujuan membahas hal ini dalam bentuk penelitian yang berjudul **“analisis hiperrealitas terhadap permintaan barang di pasar virtual (online shop) melalui pendekatan sosiologi ekonomi (studi kasus pada masyarakat kecamatan keera)”**.

TINJAUAN LITERATUR

1. Pilihan Rasional

Teori rasional berdasarkan prespektif ekonomi. Teori rasional yang sangat di

dipengaruhi oleh mashab ekomomi neo klasik. Ada beberapa indicator yang menjadi hal penting agar terlihat seperti apa pilihan teori rasional ini bekerja: Harga, value, dan Akses Informasi.

Adapun teori pilihan rasional keluar dari tujuan dan maksud seseorang untuk melakukan konsumsi. Teori ini memperlihatkan sedikitnya dua pemaksa utama Tindakan yaitu lah keterbatasan sumber daya. Seseorang mempunyai sumber daya yang cukup besar, Pencapaian Tujuan mungkin sukar atau sulit sama sekali. Berkaitan dengan keterbatasan sumber day aini adalah pemikiran tentang biaya kesempatan (Opurtunity Cost). Untuk mendapatkan tujuan tertentu, seseorang tentunya memperhatikan biaya yang dikeluarkan untuk berikutnya yang sangat menarik. Seorang konsumen di pandang berupaya mencapai keuntungan maksimal an juga tujuan utama dan apa yang akan di capai pada peluang yang tersedia untuk mencapai tujuan kedua yang lebih bernilai.

Maka dari itu sangatlah penting peran informasi dan membuat pilihan rasional. Teori Plihan rasional di dasarkan pada asumsi nilai dan melakukan penilaian berdasarkan baik buruk dan untung ruginya sebuah kebijakan baru. Hal ini karena pilihan seorang konsumen sangatlah bergantung pada konsep pertukaran yang mana seorang melakukan pilihan dikaitkan dengan apa yang akan didapatkannya dari lingkungan. yang pada akhirnya, konsep pilihan rasional menjadi sangat diperhitungkan hingga akhirnya konsep ini berupaya diambil alih pada kajian ekonomi mikro. Beberapa Ahli berpendapatan bahawa dari berbagai macam barang atau jasa yang

ada, seseorang yang rasional akan memilih barang yang sangat disenangi. Jeremy Bentham mengemukakan : “Barang yang lebih diminati menyuguhkan kepuasan yang lebih besar dari barang yang kurang diminati”. Besar nya tingkat kepuasan di pengaruhi oleh berbagai macam factor.

Teori rasional memberikan arti penting . yang dimana kata ini berarti bahwa perilaku seseorang adalah proses kognisi yang harus selalu dijelaskan. Teori ini juga di jelaskan menggunakan istilah “utilitymaximizing approach’ yang berarti bahwa seseorang akan melakukan pilihan yang akan sangat menguntungkan bagi dirinya.

Perlakuan Konsumen

Perilaku konsumen menjelaskan bagaimna individu, kelompok dan organiaso memilih, membeli dan menggunakan barang atau jasa untuk pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Robert S. pindyk dan Daniel L Rubinfeld menjelaskan bahwa teori perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya di antara berbagai banyaknya pilihan barang dan jasa yang ada

Ada beberapa perilaku konsumen yang aling Judah untuk dipahami. Ada tiga Langkah yaitu :

1. Selera Konsumen, yang dimana cara ini adalah cara praktis untuk cara menggambarkan alas an orang untuk memilih suatu jenis produk.
2. Masalah Biaya, tentunya konsumen juga akan pertimbangan harga.Faktanya bahwa konsumen memiliki keterbatasan dalam

pendaoatan untuk membatasi barang yang akan mereka beli.

3. Konsumen, dengan selera dan pendapatan terbatas yang ada konsumen memilih kombinasi barang yang memaksimalkan kepuasan mereka.

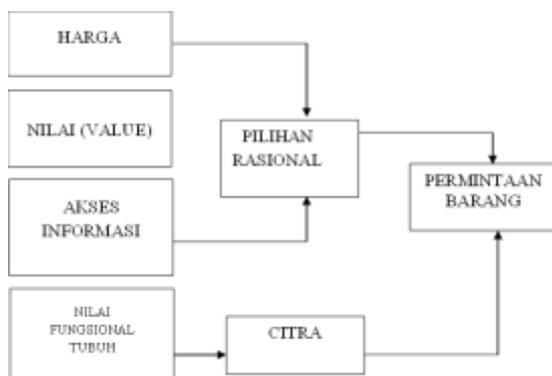
Konsumen adalah salah satu unit pengambilan Keputusan dalam ekonomi yang bertujuan untuk memaksimumkan Keputusan dari berbagai pilihan barang dan jasa yang dikomsumsinya. Ada 2 asumsi yang yang sering dipakai yaitu komsumsi rasional dan komsumsi pengetahuan sempurna. Yang dimana komsumsi pilihan rasional menjelaskan bahwa seorang konsumen akan berusaha menggunakan pendapatan yang mereka dapatkan dari bekerja dengan cara mengeluarkannya seminim mungkin untuk mendapatkan barang dan jasa yang mereka beranggapan dapat memberikan kepuasan yang maksimal, sedangkan konsumsi pengetahuan sempurna ini menjelaskan bagaimna mereka mengetahui macam barang dan jasa yang mereka konsumsi yang ada di pasar harga masing-masing barang.

Kerangka pikir

1. Nur Insani (2017) Judul “Perilaku Konsumtif di Kampus 2 UIN Alauddin Makassar Samata Gowa” Jenis Penelitian yaitu yaitu kualitatif deskriptif yang unjuk beberapa infroman untuk wawancara dan observasi dengan cara purposife sampling. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan lebih banyak yang berperilaku konsumtif mahasiswa

yaiut makanan, belanja keperluan fashion dan lain-lain.

2. Niar Haslinda (2018) dengan judul “Analisis Hiperrealitas terhadap permintaan barang di Pasar Virtual (*Online Shop*) Melalui Pendekatan Sosiologi Ekonomi”. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif Dimana tujuan dari data deskriptif ini untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami subjek penelitian mengenai analisis hiperealitas terhadap permintaan barang di pasar virtual dan ada 4 indikator sosiologi ekonomi yaitu Harga, nilai, Akses informasi dan Fungsional Tubuh.



METODE PENELITIAN

Di dalam sebuah penelitian dibutuhkan satu metode yang paling tepat untuk mendapatkan data yang valid. Jenis penelitian adalah metode deskriptif kualitatif mengenai analisis hiperrealitas terhadap permintaan barang di pasar virtual dengan pendekatan Sosiologi Ekonomi. Metode yang digunakan ini merupakan metode penelitian yang membahas beberapa kemungkinan untuk pemecahan masalah actual dengan cara pengumpulan data,

Menyusun, mengklarifikasi dan menganalisis. Sedangkan ada 3 indikator pilihan rasional itu sendiri yaitu Harga, Nilai, dan Akses Informasi. Sementara untuk indikator Hiperrealitas itu sendiri terdiri atas citra atau nilai fungsional tubuh. Tujuan dari data deskriptif ini untuk mengetahui factor yang akan mempengaruhi permintaan barang di pasar virtual khususnya pada konsumen yang ada di Kecamatan Keera Kabupaten Wajo. Ada 2 jenis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik non-random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik triangulasi metode yang Dimana metode ini dilakukan dengan cara membandingkan informasi yang disampaikan oleh informan terkait pernyataan penelitian yang ada. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu melakukan wawancara, survey, observasi rekaman, dan dokumentasi.

Hasil dari analisis dalam penelitian kualitatif ini, dilakukan pengukuran skala liker atas Jawaban informan yang ada dari 25 populasi yang terbagi atas 15 Laki-laki dan 10 Perempuan dan di peroleh 12 Informan yang dimana di dari beberapa jawaban informan yang sama maka dari itu di dapatkan menjadi 12 responden. Tujuan untuk mengetahui indikator mana saja yang benar-benar berbasis hiperrealitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah Satu indikator yaitu dari akses informasi lebih banyak responden sepakat bahwa pembelian di pasar virtual (online

shop) variable yang sangat berpengaruh adalah Variabel tersebut. Peneliti temukan dilapangan bahwa infomasi sangatlah mudah di daoatkan dari berbagai media social khususnya *olshop*. dari beberapa alternatif yang ada, seseorang lebih cendrung memilih suatu barang untuk memaksimalkan kepuasannya. Maka dari itu dari beberapa alternatif yang ada seseorang tentu nya akan memilih baran yang dapat memuaskan dirinya dengan harga yang mereka jangkau.

Hasil wawancara dengan 12 orang yang di dapatkan adalah memang sebagian besar masyarakat Kecamatan Keera membeli barang atau produk di online shop karena mereka melakukan pembelajaran bukan karena barangnya terlihat menarik tetapi karena harga yang relative murah dan lebih efisein untuk berbelanja konsumen tidak perlu lagi keluar untuk berbelanja barang yang mereka cari hal itu diungkapkan oleh AG,HN,ARY dan SRY berikut ini:

“Selaluka belanja di olshop seperti Sepatu,sendal tas dan skincare. Alasan ku belanja itu yang pertama efektif dan efesien. Nda perlu maki keluar2 rumah untuk belanja barang yang kita mau”

“di tokopedia belika topi asalan ku beli karena memang murah dan juga malaska harus keluar rumah untuk belanja”

“Belika barang di olshop dan kubandingkan di pasar kadang jauh beda hamper 50% bedanya jadi mending belika di online”

“ di shoppe tempatku sering belanja barang karena kadang dapat promo ongkir dan juga ada promo dari toko nya”

“biasaka beli sendal online, Ku cekout atau kubeli alasan utama bukan karena cantik tapi karna murah kebetulan ada diskon juga.karena kadangi ada ku suka tapi ”

Tetapi beda dengan infroman yang lain dengan pandangan infoman yang lainnya menjelaskan alasan berbelanja di pasar virtual (*olshop*) yang alasannya berbelanja karena menyukai barang atau produk tersebut tanpa memikirkan harga seperti yang di ungkap oleh ANS, ER, dan EU berikut ini :

Kadang belika baju di Olshop biar mahal tetap ku beli yang penting kusuka mi”

“saya belanjaka di olshop karena bermafaat untuk saya”

“belika barang di salah satu online shop krana dari beberapa review konsumennya bagus jadi saya tertarik juga membeli.

Infomasi adalah hal yang penting bagi konsumen sebelum membeli barang dipasar online shop dilihat kondisi sekarang ini sudah semakin canggih dan akses informasi didapatkan dengam mudah diakses. Hal ini yang mebuat para konsumen atau masyarakat kecamatan Keera mencari berbagai perbandingan antara online shop yang berbeda dari segi kualitas dan segi harga.

Kejadian yang di dapatkan dilapangan bahwasanya akses infomasi dikalangan Masyarakat yang sangat suka belanja di *olshop* tentunya infomasi sangat berpengaruh, karena informasi menjadikan konsumen untuk memilih jenis barang yang mereka inginkan, seperti yang dijelaskan SAM,MF,SD,HD berikut ini:

“saya mengetahui pasar virtual lewat media sosial dan promosi yang didapat dimana saja serta teman yang sudah pakai lebih dulu”

“penting sekali itu informasi karna bebaski memilih barang yang disukai, karena kadang beda beda harga nya setiap toko yang ada di online shop, jadi kusesuaikan dengan isi kantongku”

“Pentingnya informasi kalau menurutku krna bisaki lihat perbandingan harga, karna biasanya dari 2 toko online sama barangnya tapi beda harganya.

“pertama kali saya memilih belanja online itu lewat cerita dari teman-teman yang kalau belanja online ternyata lebih murah dan lebih mudah terlebih lagi banyak iklan2 yang bisa info untuk berbelanja online salah satunya nonton TV”

Dari segi nilai fungsional tubuh konsumen khususnya Masyarakat kecamatan Keera memilih atau berbelanja barang atau produk di *online shop* tidak hanya memperhatikan harga barang tersebut tetapi lebih mengutamakan kepada barang yang lagi viral di kalangannya, seperti yang diungkapkan oleh FW berikut ini:

Kalau belika barang, salah satunya jilbab kubeli di lazada, belika di Lazada karena lebih mudah kurasa beli di olshop ketimbang keluar rumahki lagi,kalua dari segi harga tida adaji masalah untuk saya karna memang kusuka dan puaska sama barang ayang datang.”

Berdasarkan hasil olah data dan juga wawancara langsung pada Masyarakat Kecamatan Keera. Peneliti bisa menarik simpulan bahwa hal atau yang menjadi indikator yang lebih menonjol yaitu dari indikator Harga dan Akses Informasi.

Pembahasan

Dampak hiperealitas seperti yang di ungkapkan hal yang di atas apabila melihat hasil data dan wawancara yang peneliti lakukan pada masyarakat Kecamatan Keera kurang sesuai jika ditinjau secara teoritik, artinya masyarakat membeli barang atau jasa di pasar virtual (*olshop*) masih sangat mempertimbangkan aspek ekonomi itu sendiri. Yang dimana, akses informasi dan harga menjadi hal yang utama yang di jadikan bahan pertimbangan untuk melakukan pembelian di pasar virtual (*Olshop*) dari pada aspek non ekonomi dalam hal ini nilai fungsional tubuh yang merupakan pengagungan terhadap eksistensi tubuh yang diukur dengan meningkatnya strata sosial.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka dapat di lihat persamaan hasil penelitian yang kami lakukan adalah sama sesuai dengan kerangka pikir yang di jelaskan di atas, yaitu ada empat aspek ekonomi yang menjadi alasan Masyarakat Khususnya Masyarakat kecamatan Keera lebih memilih berbelanja di Pasar Virtual (*Olshop*) yaitu Harga, Value (nilai), Akses Informasi, dan Nilai fungsional Tubuh (Haslinda Niar, 2018).

Terdapat Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu indikator yang signifikan terhadap penelitian terdahulu yaitu Value (nilai) dan Nilai Fungsional tubuh yang dimana dari nilai manfaat yang dirasakan konsumen dari barang yang dikonsumsi dan nilai fungsional tubuh adalah pengakuan dari orang lain membeli barang hanya karena suka bukan karena kebutuhan. Sedangkan untuk penelitian ini Indikator

yang signifikan terhadap hasil wawancara yaitu Harga dan Akses informasi.

Harga (Price) merupakan penawaran yang dirasakan konsumen dari barang yang dikonsumsinya, Konsumen mayakini barang dan produk yang dijual secara *online* memiliki harga yang bervariasi dari yang murah sampai yang mahal berbagai produk yang di jual secara online di online shop memiliki harga yang lebih murah samai yang mahal, Namun terkadang barang yang ada online shop lebih urah dibandingkan harga yang ada toko offline atau non virtual.

Akses Informasi adalah hal yang penting menjadi pertimbangan sebelum membeli barang di pasar virtual. Sedangkan konsumen akan sangat mudah mengakses atau mengetahui informasi tentang suatu barang atau produk yang di inginkan di pasar virtual. Konsumen lebih mudah mendapatkan kualitas barang dengan perbandingan beberapa Toko online.

Wawancara dilakukan pada masyarakat dari berbagai bidang di ruang lingkup Masyarakat Kecamatan Keera yang memberikan berbagai macam jawaban terkait alasan mereka membeli barang atau produk di pasar virtual (*online shop*), Seorang pakar ekonomi mengemukakan teori bahwa yang membentuk perilaku komsumsi seseorang adalah tanda atau citra, yang dimana komsumsi tidak hanyamempertimbangkan nilai harga dalam menentukan pembelian barang tetapi seseorang lebih pertimbangkan aspek ketenaran maupun citra dalam mengkomsumsi suatu barang atau jasa. Ada dari beberapa Masyarakat yang memilih atau membeli barang dan jasa di *online shop* dengan alasan mereka menyukainya, barang

tersebut belum banyak yang gunakan dan juga hanya karena ingin bergaya, tetapi itu hanya dari beberapa dari sebgaaian banyak yang memberikan jawaban yang sama.

Harga, akses informasi dan nilai (value) yang menjadi indikator ekonomi ialah indicator dengan nilai tertinggi yang dapat mempengaruhi permintaan barang dan jasa yang ada di pasar virtual (*olshop*) Masyarakat kecamatan Keera wawancara yang dapatkan oleh peneliti. dan kurangnya informan atau yang mengaku membeli barang atau jasa di pasar virtual (*olshop*) karena barang tersebut sedang *Viral* dikalangnya, ingin dinilai atau dilihatkan ke orang-orang banhwasanya mereka memiliki barang baru yang belum banyak oran miliki dan terlihat lebih daripada yang lain. maka dari itu penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Masyarakat Kecamatan Keera aspek ekonomi menjadi alat pertimbangan didalam mengonsumsi barang atau jasa di pasar virtual (*olshop*), indikator aspek harga menjadi pertimbangan yang kuat sebelum membeli suatu barang atau jasa. masyarakat akan membeli barang atau jasa dengan harga yang lebih murah dan juga bermanfaat untuk mereka gunakan, kebutuhan pun menjadi alasan ketika berbelanja di pasar virtual (*olshop*).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan Hasil penelitian yang dilakukan mengenai heperrealitas terhadap permintaan barang dipasar virtual (*Olshop*) melalui pendekatan sosiologi ekonomi Maka dapat disimpulkan bahwa beberapa indicator yang mempengaruhi heperrealitas di Masyarakat yaitu Harga, nilai dan Akses Informasi. Adapun dampak heperrealitas

Masyarakat yaitu menjadikan Masyarakat menjadimemiliki gaya hidup yang berlebihan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, Meski hiperrealitas tidak menjadi hal yang monoton untuk apenelitian ini,kan tetapi hiperrealitas akan tetap menjadi hal yang terjadi pada Masyarakat, dengan berdampak meningkatnya kegiatan konsumsi, keinginan mempertahankan keeksistensian & ci tra terhadap dirisendiri, dan menjadi hal yang tidak mampu dibedakan antara keinginan dan kebutuhan.

Saran

Bagi konsumen khususnya Masyarakat kecamatan keera dalam mengkonsumsi barang ataupun jasa di di himbau untuk lebih mampu menjaga dan mengontrol perilaku komsumsi dalam berbelanja agar berperilaku tidak boros dan tidak berlebihan karena menjadi komsumtif yang berlebihan bukan hal yang baik dan di agama islam kita tidak diperbolehkan berlebihan dalam hal apapun termasuk dalam berbelanja

DAFTAR PUSTAKA

- Afiani, T., & Desiani, E. (2023). Evaluation of the Use of Antibiotics in Pneumonia Patients Using the Gyssens Method in Inpatient Installations. *BENZENA Pharmaceutical Scientific Journal*, 02(01), 13–25.
- Anggita, D., Nuraisyah, S., & Wiriansya, E. P. (2022). Mekanisme Kerja Antibiotik. *UMI Medical Journal*, 7(1), 46–58.
- Aryani, A. D., Kurdi, F. N., & Soebyakto, B. (2016). Cost Effectiveness Analysis (CEA) Program Pengelolaan Penyakit Kronis (PROLANIS) Diabetes Melitus Tipe 2 Peserta JKN di Kota Serang Banten. *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan*, 3(3), 146–154.
- Bakhri, S. (2018). Analisis Jumlah Leukosit Dan Jenis Leukosit Pada Individu Yang Tidur Dengan Lampu Menyala Dan Yang Dipadamkan. *Jurnal Media Analis Kesehatan*, 1(1), 83–91.
- Basic Pharmacology and Drug Notes*. (2017). MMN.
- Batubulan, K., & Rismanto, R. (2021). Identifikasi Pneumonia Pada Citra Rontgen Paru Menggunakan Metode Power-Law Trans. *Jurnal Informatika Polinema*, 7(2), 73–78.
- Cilloniz, C., Martin-Loeches, I., Garcia-Vidal, C., Jose, A. S., & Torres, A. (2016). Microbial etiology of pneumonia: Epidemiology, diagnosis and resistance patterns. *International Journal of Molecular Sciences*, 17(12).
- Dewi, R. S., Kurniawati, E., & Septina, V. (2020). Kondisi Lingkungan Fisik Rumah dan Perilaku Merokok Keluarga Terhadap Kejadian Pneumonia pada Balita di Kota Jambi. *Health Care Media*, 4(1), 37–46.
- Fatin, M. N. A., Rahayu, C., & Suwantika, A. A. (2019). Analisis Efektivitas Biaya Penggunaan Antibiotik pada Pasien Community-acquired Pneumonia di RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung. *Indonesian Journal of Clinical Pharmacy*, 8(3).
- Hartati, S., Nurhaeni, N., & Gayatri, D. (2012). Faktor Risiko Terjadinya Pneumonia pada Anak Balita. *Jurnal*

- Keperawatan Indonesia*, 15(1), 13–20.
- Ilmi, T., Yulia, R., & Herawati, F. (2020). Evaluasi Penggunaan Antibiotik Pada Pasien Pneumonia Di Rumah Sakit Umum Daerah Tulungagung. *Jurnal Inovasi Farmasi Indonesia (JAFI)*, 1(2), 102.
- Ilmu, A. J., & Utami, R. S. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kejadian Pneumonia Pada Balita Di Wilayah Kerja Puskesmas Meral Karimun Tahun 2023 Lady Harnofive Universitas Awal Bros Universitas Awal Bros pendekatan cross sectional dimana peneliti akan mengukur variable terikat pada wa*. 1(4).
- Inayati, C. (2016). Hubungan Faktor Risiko Intrinsik Dengan Kejadian Pneumonia Pada Anak Balita. *Jurnal Medika Respati*, 11(4), 44–52.
- Jagad, G. S., Kusharyanti, I., & Purwanti, N. U. (2023). Efektivitas Biaya Penggunaan Antibiotik Pada Pasien Pneumonia Balita Di Instalasi Rawat Jalan Di Rumah Sakit Bhayangkara Anton Soejarwo Pontianak. *Journal Pharmacy of Tanjungpura*.
- Katzung. (2007). Katzung Basic and Clinical Pharmacology Ed 12. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9, pp. 802–806).
- KemkesRI. (2013). *Pedoman Penerapan Kajian Farmakoekonomi*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Manurung, Santa, suratun. (2008). *Gangguan Sistem Pernapasan Akibat Infeksi*. CV. Trans Info Media.
- Mulyana, R. (2019). Terapi Antibiotika pada Pneumonia Usia Lanjut. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 8(1), 172.
- Nalang, A., Citraningtyas, G., & Lolo, W. A. (2018). Analisis Efektivitas Biaya (Cost Effectiveness Analysis) Pengobatan Pneumonia Menggunakan Antibiotik. *Jurnal Ilmiah Farmasi*, 7(3), 321–329.
- PDPI. (2003). *Pneumonia Nosokomial, pedoman Diagnosis & Penatalaksanaan di Indonesia*. Perhimpunan Dokter Paru Indonesia.
- PDPI. (2014). *Pneumonia Komunitas: Pedoman Diagnosis dan Penatalaksanaan di Indonesia*. Perhimpunan Dokter Paru Indonesia.
- Permenkes. (2014). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2014*. 1–23.
- Rasmaladewi, R., Sanuddin, M., & Shaleha, M. (2020). Analisis Efektivitas Biaya Penggunaan Antibiotik Ceftriaxone Dan Ampicilin Pada Pasien Pneumonia Anak Rawat Inap Di Rsud Raden Mattaher Jambi Tahun 2018. *Journal of Healthcare Technology and Medicine*, 6(2), 616.
- Rizka, G. H., Nansy, E., Susanti, R., Prof, J., & Nawawi, H. (2015). Analisis Efektivitas Seftriakson dan Sefotaksim pada Pasien Rawat Inap Demam Tifoid Anak di RSUD Sultan Syarif Mohamad Alkadrie Kota Pontianak. *Jurnal Mahasiswa Farmasi Fakultas Kedokteran Untan*, 3(1).
- Rohana, Erica, Nurmainah, R. S. (2019). Evaluasi Penggunaan Antibiotik pada pasien Pneumonia Komunitas Anak dan

Balita di Rumah Sakit Universitas Tanjungpura Pontianak. *Community-Acquired Pneumonia*.

Salman, Y., Nadia, N., & Wahidah, R. (2021). Perbedaan Hasil Hitung Jumlah Leukosit dengan Modifikasi Air Perasan Jeruk Nipis (*Citrus aurantifolia Swingle*) dan Asam Cuka sebagai Pengganti Komposisi Larutan Turk. *Jurnal Kesehatan Indonesia (The Indonesia Journal of Health)*, 12(1), 12–15.

Tjay, Tan Hoan, K. R. (2008). *Obat-Obat Penting, khasiat, penggunaan, dan efek-efek sampingnya*. PT Elex Media Komputindo.

Udayani, N. N. W., Meriyani, H., & Wardani, I. G. A. A. K. (2018). Analisis Efektivitas Biaya Medis Langsung Penggunaan Insulin Dan Insulin Kombinasi Oho Pada Pasien Dm Tipe 2 Rawat Jalan Di Rsup Sanglah Denpasar. *Jurnal Ilmiah Medicamento*, 4(1), 18–24