

Gambaran Penjualan Lensa Kontak Lunak Di Optik X Mall Botani Square Tahun 2023

Tori Ramdhani¹, Cheni Lee², Sylvianti Simanjuntak³

^{1,2,3} Akademi Refraksi Optisi LEPRINDO Jakarta, Indonesia

E-mail: ramdhanitori8@gmail.com¹; chenilee001@gmail.com²;
its.sylvia@gmail.com³

Abstract

Use of soft contact lenses accounts for 86% of reported contact lens use by 2021. Spherical contact lens users are around (45%), for toric contact lenses around 25%. Multifocal contact lenses account for about 14% of suitable soft contact lens users. The use of contact lenses for myopia control accounts for only about 2% of the use of soft lenses. This study aims to determine the most sales of soft contact lenses and treatment solutions at Optik X Botani Square.

This research is a quantitative research. The variables in this study consisted of sales of soft contact lenses and treatment solutions. The population in this study were consumers of Optik X Botani Square who had purchased at Optik X Botani Square. The sample in this study amounted to 379 respondents using a non-probability sampling technique, namely a census technique or total sampling for consumers who made purchases of Optik X Botani Square from January to March 2023. The data collection instrument used secondary data. The frequency distribution is used as a data analysis technique in this study. The results of this study show that based on the identity of the respondents, the most age was 24-34 years, 173 people (46%), based on the glasses data, the respondents who did not have glasses were 227 people (66%), based on the sex of the respondents who made the most purchases soft contact lenses, namely the female sex as many as 346 people (91%). Based on data analysis of soft contact lens sales, namely color soft contact lenses with 225 contact lenses (66%), based on color soft contact lens brands the brand that sold the most was the newlook brand with 225 contact lenses (88%), based on soft contact lens brands the bening brand that sold the most was the illustro comfort brand with 41 contact lenses (32%), based on the bening soft contact lens material the most was with around hydrogel material (58%), the most maintenance solution sales were with the aquasoft brand 49 solution (46%), and the highest sales of eye drops were brand refresh solution 53 (45%).

Keywords: Soft Contact Lenses, Treatment Solutions

Article history: (dilengkapi oleh admin)

Submitted 31 Agustus 2023

Accepted 31 Agustus 2023

Published 18 Oktober 2023

PUBLISHED BY:

Jurnal Optometri

Address:

Jl. Ciputat Molek Selatan Sel No. 1C, Pisangan - Kec. Ciputat
Kota Tangerang Selatan - Banten Indonesia

Email: lppm@aroleprindo.ac.id

Barcode Keaslian
(dilengkapi oleh admin)

Abstrak

Penggunaan lensa kontak lunak menyumbang 86% dari penggunaan lensa kontak yang dilaporkan pada tahun 2021. Pengguna lensa kontak Spheris sekitar (45%), untuk lensa kontak torik sekitar 25% . Lensa kontak multifokal sekitar 14% dari pengguna lensa kontak lunak yang cocok. Penggunaan lensa kontak untuk myopia control menyumbang hanya sekitar 2% dari penggunaan lensa lunak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penjualan terbanyak lensa kontak lunak dan solution perawatan di Optik X Botani Square. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Variabel pada penelitian ini terdiri dari penjualan lensa kontak lunak dan solution perawatan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Optik X Botani Square yang pernah melakukan pembelian di Optik X Botani Square. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 379 responden dengan menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu teknik sensus atau sampling total pada konsumen yang melakukan transaksi pembelian Optik X Botani Square bulan Januari sampai Maret 2023. Instrumen pengambilan data menggunakan data sekunder. Distribusi frekuensi digunakan sebagai teknik Analisa data pada penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan identitas responden dari usia yang paling banyak berusia 24-34 tahun 173 orang (46%), berdasarkan data kacamata responden yang tidak ada kacamata sebanyak 227 orang (66%), berdasarkan jenis kelamin responden yang paling banyak melakukan pembelian lensa kontak lunak yaitu berjenis kelamin perempuan sebanyak 346 orang (91%). Berdasarkan analisa data penjualan lensa kontak lunak yang terbanyak yaitu lensa kontak lunak warna sebanyak 225 lensa kontak (66%), berdasarkan merek lensa kontak lunak warna merek yang terjual terbanyak adalah merek newlook sebanyak 225 lensa kontak (88%), berdasarkan merek lensa kontak lunak bening merek yang terjual paling banyak yaitu merek illustro comfort sebanyak 41 lensa kontak (32%), berdasarkan material lensa kontak lunak bening terbanyak yaitu dengan material hydrogel sekitar (58%), penjualan solution perawatan terbanyak dengan merek aquasoft 49 solution (46%), dan penjualan obat tetes mata terbanyak dengan merek refresh 53 solution (45%).

Kata Kunci: *Lensa kontak lunak, solution perawatan*

*Penulis Korespondensi:

Nama, email: **Tori Ramdhani**, ramdhanitori8@gmail.com



This is an open access article under the CC-BY license

PENDAHULUAN

Sebuah studi baru-baru ini tentang pasar lensa kontak global telah menemukan bahwa permintaan untuk lensa kontak sedang meningkat, terutama di kalangan orang dewasa. Jumlah orang yang memakai lensa kontak telah meningkat sebesar 3% dalam satu tahun terakhir. Peningkatan terbesar terlihat di antara orang dewasa berusia 18-24 (5%) dan 25-34 (4%). (SKYQUEST, 2022)

Rata-rata orang menggunakan lensa kontak pertahun antara 24 dan 34 lensa kontak. (SKYQUEST, 2022). Pasar lensa kontak diperkirakan mencapai USD 9,1 miliar pada tahun 2022 dan diproyeksikan mencapai USD 12,5 miliar pada tahun 2029, dengan pertumbuhan 3,8% dari 2014 hingga 2021. Pasar lensa kontak di pasar induknya (pasar kacamata) adalah sekitar 5% -7%. (INSIGHT, n.d)

Lensa kontak yang dikumpulkan dari 71 negara antara tahun 1996 dan 2020, menghasilkan 4,5 juta data. Analisis demografis untuk 61 negara menunjukkan bahwa mayoritas lensa (65-70%) dipasang pada perempuan. Usia rata-rata pemakai lensa adalah 30 tahun, untuk laki-laki 22 tahun dan 32 tahun untuk perempuan.

Populasi yang lebih muda melihat lensa kontak sebagai pilihan yang lebih nyaman daripada kacamata, dan mengekspresikan gaya pribadi mereka dengan lebih bebas. Ada beberapa faktor yang mendorong pertumbuhan permintaan pasar lensa kontak ini. Pertama, telah terjadi peningkatan jumlah orang yang membutuhkan koreksi penglihatan.

Hal ini disebabkan oleh populasi yang menua dan fakta bahwa lebih banyak dari kita menghabiskan waktu melihat layar, yang dapat menyebabkan ketegangan mata. Sesuai temuan kami, 14% dari populasi global, yang berarti lebih dari 1 miliar orang membutuhkan koreksi penglihatan.

Ada kemajuan besar dalam teknologi lensa kontak dalam beberapa tahun terakhir. Produsen lensa telah mampu menciptakan lensa yang jauh lebih tipis dan lebih nyaman dipakai. Mereka juga telah mengembangkan bahan baru yang memungkinkan lebih banyak oksigen masuk ke mata, yang penting untuk kesehatan mata. Akhirnya, dalam beberapa tahun terakhir harga kontak lensa turun secara signifikan, membuat harga nya lebih terjangkau untuk lebih banyak orang.

Penggunaan lensa kontak lunak menyumbang 86% dari penggunaan lensa kontak yang dilaporkan pada tahun 2021. Sebagian besar lensa yang diresepkan adalah bahan hidrogel (74% dari semua lensa kontak lunak), dengan bahan hidrogel kadar air rendah, sedang, dan tinggi masing-masing 2%, 9%, dan 15% dari lensa kontak lunak. Pengguna lensa kontak Sphero sekitar (45%), untuk lensa kontak torik sekitar 25% . Lensa kontak multifokal sekitar 14% dari pengguna lensa kontak lunak yang cocok. Penggunaan lensa kontak untuk myopia control menyumbang hanya sekitar 2% dari penggunaan lensa lunak. (Morgan, Efron, & Woods, 2022)

Penyedia riset pasar dan intelijen kompetitif, berkembang pada pertumbuhan 3%, pasar solution perawatan lensa kontak global diproyeksikan mencapai US\$ 3,4 miliar pada tahun 2026. Karena meningkatnya kebutuhan akan pengganti kacamata yang sesuai, penggunaan lensa kontak telah meningkat secara besar-besaran. Pada gilirannya, diantisipasi bahwa ini akan memicu permintaan solusi lensa kontak di tahun-tahun mendatang. (MR, 2022)

Untuk membersihkan, mensterilkan, dan memelihara lensa kontak, solution perawatan lensa kontak digunakan. Solution perawatan lain, seperti saline, pembersih biasa, dan pembersih protein enzimatis, antara lain, juga digunakan untuk berbagai aplikasi tunggal, seperti desinfeksi dan pembersihan selain solution berbasis hidrogen peroksida dan multiguna yang terkenal. (MR, 2022)

Acanthamoeba keratitis penyakit mata dapat timbul sebagai akibat dari infeksi mata. Ini dapat menyebabkan kehilangan penglihatan sebagian atau total. Perawatan mata yang tidak memadai dan mengabaikan jadwal penggantian dapat menyebabkan masalah seperti mata merah akut yang diinduksi lensa kontak (CLARE). Penggunaan solution perawatan lensa kontak dan kepatuhan terhadap jadwal perawatan lensa kontak untuk mencegah infeksi sangat penting bagi pengguna lensa kontak. (MR, 2022)

Preferensi untuk lensa kontak bermerek dan terjangkau untuk meningkatkan pertumbuhan pasar. Pasien mencari saran ahli dan perawatan lanjutan saat membeli lensa kontak di seluruh dunia. Di negara maju, konsumen menunjukkan preferensi untuk menggunakan asuransi dan bersedia membeli lebih banyak untuk produk perawatan penglihatan. Selain itu, konsumen menunjukkan loyalitas mereka dan cenderung tidak beralih ke produk pesaing karena keterjangkauan dan kenyamanan produk yang ditawarkan oleh merek reguler mereka. (INSIGHT, n.d)

Sebagian besar konsumen mendapatkan lensa kontak langsung dari dokter mata atau optik. Akses mudah ke toko atau optik memungkinkan pemakai untuk membeli lensa kontak yang nyaman.

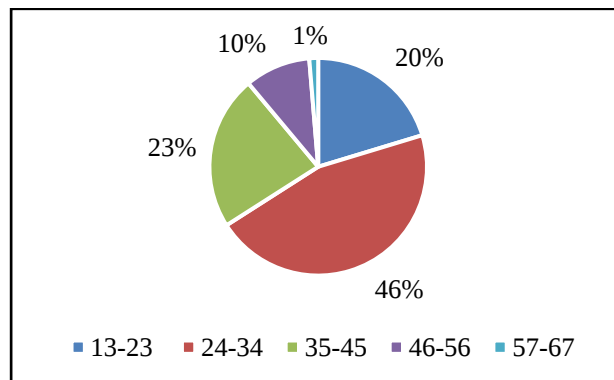
METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang spesifikasinya sistematis, memiliki rencana dan struktur yang jelas dari awal hingga rancangan penelitiannya. Penelitian ini dilakukan pada Optik X Mall Botani Square, Kota Bogor, Jawa Barat. Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini adalah sejak tanggal izin penelitian untuk jangka waktu kurang lebih 3 bulan dari Januari sampai Maret 2023.

Populasi dan sampel penelitian ini adalah setiap orang atau konsumen yang telah melakukan pembelian di Optik X Botani Square, sebanyak 379 sampel yang diambil dari jumlah konsumen yang telah melakukan transaksi pembelian produk selama 3 bulan terakhir pada periode tahun Januari - Maret 2023.

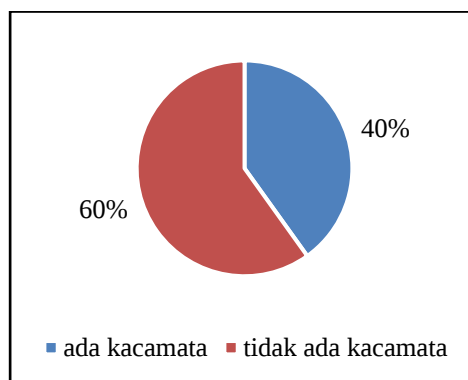
Sumber data dalam penelitian ini yaitu data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. (Sugiyono, 2018) Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik non-probability sampling yaitu teknik sensus atau teknik full sampling yaitu mengambil seluruh anggota populasi sebagai sampel. Analisis data ini menggunakan metode distribusi frekuensi, distribusi frekuensi adalah susunan data dalam kelas interval tertentu menurut kategori tertentu dalam suatu daftar.

HASIL DAN PEMBAHASAN



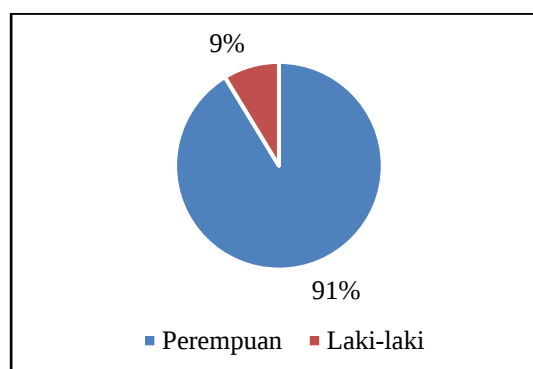
Grafik 1. Usia Responden

Berdasarkan grafik 1 responden yang paling banyak berusia 24-34 tahun 173 orang (46%), yang terbanyak kedua berusia 34-45 tahun 87 orang (23%), yang terbanyak ketiga berusia 13-23 tahun 77 orang (20%), selanjutnya usia 46-56 tahun 37 orang (10%), dan usia 57-67 tahun 5 orang (1%).



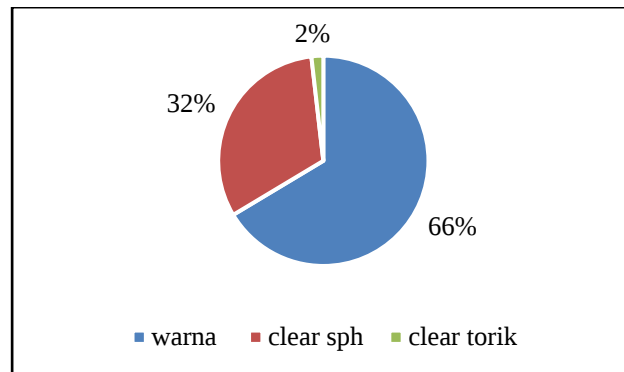
Grafik 2. Kacamata Responden

Berdasarkan grafik 4.2 responden yang paling banyak yaitu tidak ada kacamata sebanyak 227 orang (60%), dan responden yang ada kacamata sebanyak 152 orang (40%).



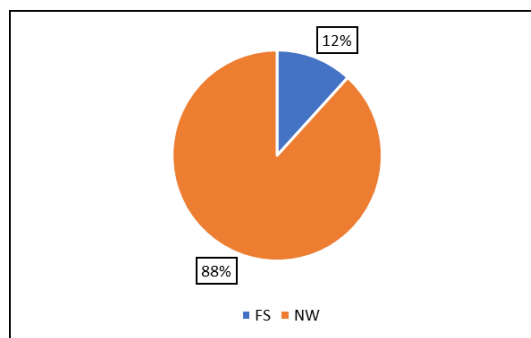
Grafik 3. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan grafik 3 responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 346 orang (91%), dan responden dengan jenis kelamin laki – laki sebanyak 33 orang (9%).



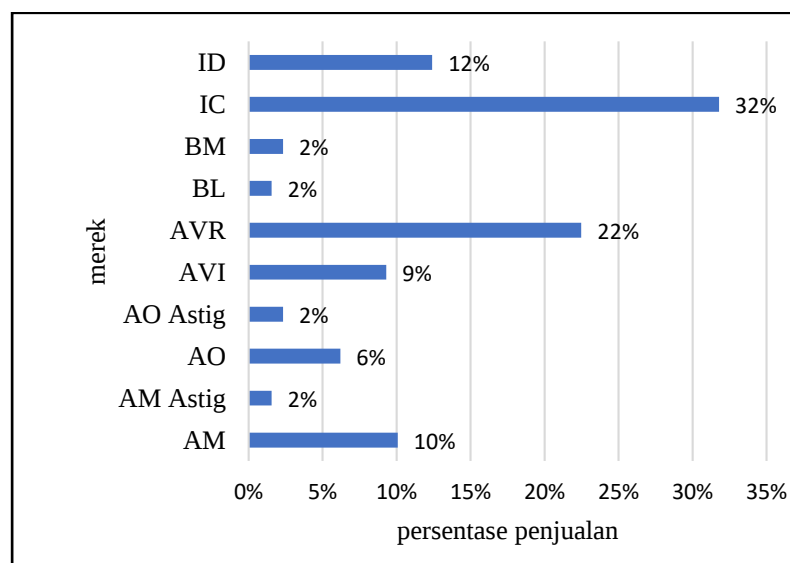
Grafik 4. Data Penjualan Lensa Kontak

Berdasarkan grafik 4 penjualan lensa kontak terbanyak yang pertama yaitu lensa kontak warna sebanyak 255 lensa kontak (66%), yang kedua lensa kontak bening sebanyak 122 lensa kontak (32%), dan lensa kontak bening torik sebanyak 7 lensa kontak (2%).



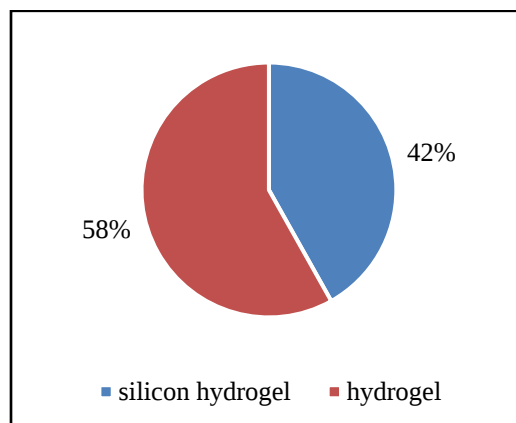
Grafik 5. Data Penjualan Merek Lensa Kontak Warna

Berdasarkan grafik 5 penjualan lensa kontak warna dengan merek NW sebanyak 225 lensa kontak (88%), dan FS sebanyak 30 lensa kontak (12%).



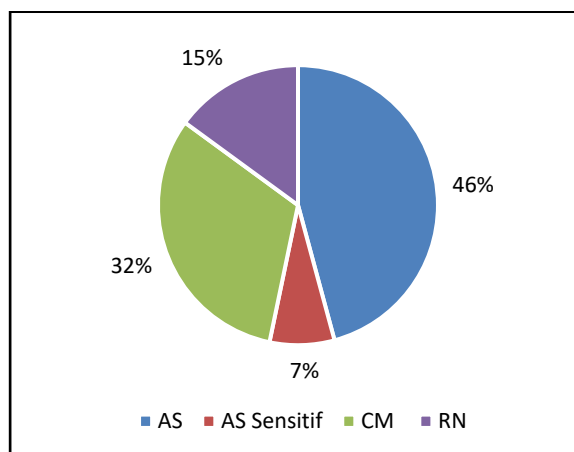
Grafik 6. Data Penjualan Merek Lensa Kontak Bening

Berdasarkan grafik 6 penjualan lensa kontak bening terbanyak pertama dengan merek IC sebanyak 41 lensa kontak (32%), terbanyak kedua dengan merek AVR sebanyak 29 lensa kontak (22%), terbanyak ketiga dengan merek ID sebanyak 16 lensa kontak (12%), yang keempat dengan merek AM sebanyak 13 lensa kontak (10%). Urutan kelima dengan merek AV sebanyak 12 lensa kontak (9%), yang keenam dengan merek AO sebanyak 8 lensa kontak (6%) dan yang terakhir dengan merek BM, AM for astigmatism, AO for astigmatism, BL sebanyak 2-3 lensa kontak (2%).



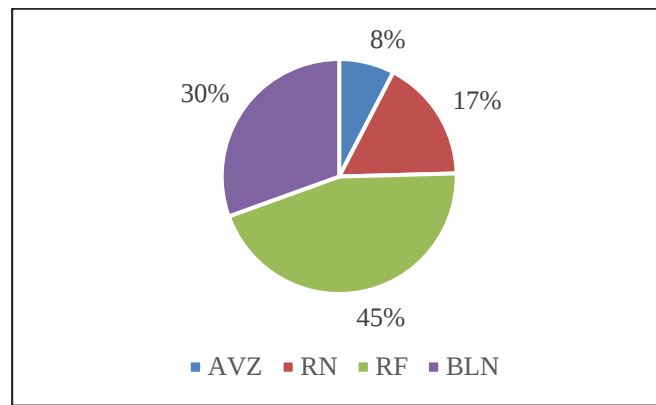
Grafik 7. Material Lensa Kontak Bening

Berdasarkan grafik 7 material lensa kontak bening terbanyak pertama yaitu dengan material hydrogel sekitar (58%) dari 10 merek lensa kontak bening, dan material silicone hydrogel sekitar (42%) dari 10 merek lensa kontak bening.



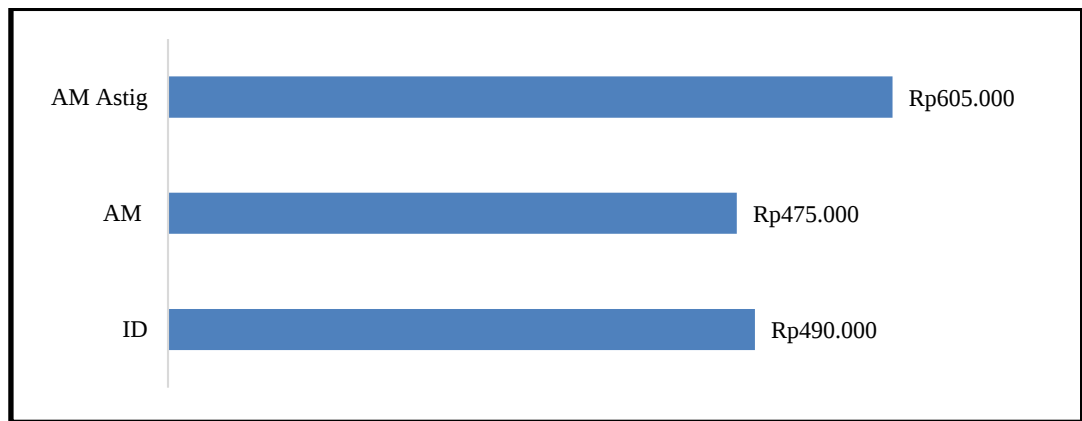
Grafik 8. Data Penjualan Cairan Perawatan Lensa Kontak

Berdasarkan grafik 8 penjualan solution terbanyak pertama dengan merek AS sebanyak 49 solution (46%), yang kedua dengan merek CM sebanyak 34 solution (32%), yang ketiga dengan merek RN sebanyak 16 solution (15%), dan yang terakhir dengan merek AS sensitive sebanyak 8 solution (7%).



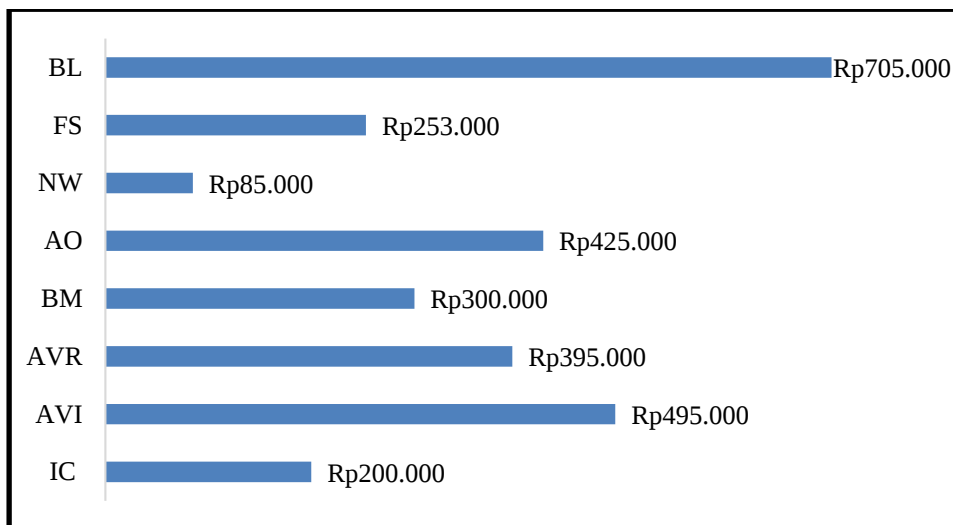
Grafik 9. Data Penjualan Cairan Tetes Mata

Berdasarkan grafik 9 penjualan solution tetes mata terbanyak pertama dengan merek RF 53 solution tetes mata (45 %), yang kedua dengan merek BLN sebanyak 36 solution tetes mata (30%), yang ketiga dengan merek RN sebanyak 20 solution tetes mata (17%), dan yang terakhir dengan merek AVZ sebanyak 9 solution tetes mata (8%).



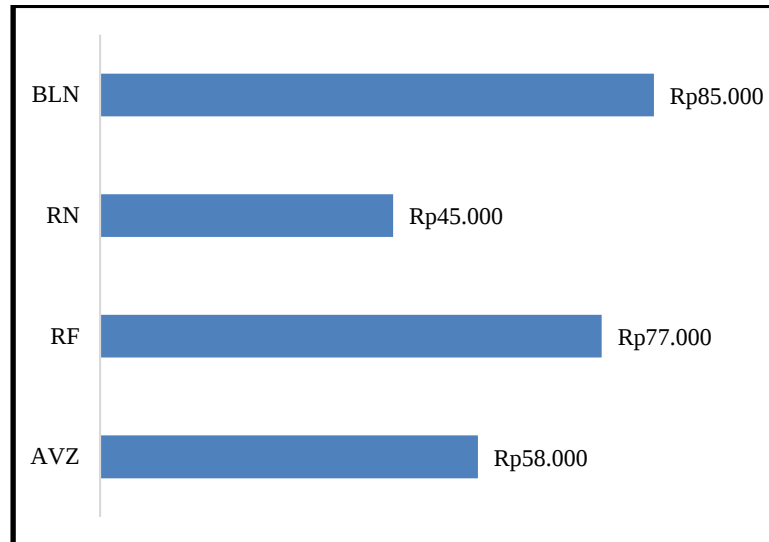
Grafik 10. Daftar Harga Lensa Kontak Harian

Berdasarkan grafik 0 daftar harga lensa kontak lunak harian dengan merek AM astig sebesar Rp 605000 perbox, selanjutnya dengan merek ID sebesar Rp 495.000 perbox, dan merek AM sebesar Rp 475.000 perbox.



Grafik 11. Daftar Harga Lensa Kontak Bulanan

Berdasarkan grafik 11 daftar harga lensa kontak lunak bulanan dengan merek BL sebesar Rp 705.000 perbox, selanjutnya dengan merek AVI sebesar Rp 495.000 perbox, merek AO sebesar Rp 425.000 perbox, merek AVR sebesar Rp 395.000 perbox, merek BM sebesar Rp 300.000 perbox, merek FS sebesar Rp 253.000 perbox, merek IC sebesar Rp 200.000 perbox, dan merek NW Rp 85.000 perbox.



Grafik 12. Daftar Harga Tetes Mata

Berdasarkan grafik 12 daftar harga tetes mata dengan merek BLN sebesar Rp 85.000 perbox, selanjutnya dengan merek Rf sebesar Rp 77.000 perbox, merek AVZ sebesar Rp 58.000 perbox, dan merek RN sebesar Rp 45.000 perbox.

KESIMPULAN

Sesuai dengan data penjualan member di Optik X Mall Botani Square pada bulan Januari – Maret penjualan lensa kontak lunak berdasarkan identitas responden dari usia yang paling banyak berusia 24-34 tahun 173 orang (46%), berdasarkan data kacamata responden yang tidak ada kacamata sebanyak 227 orang (66%), berdasarkan jenis kelamin responden yang paling banyak melakukan pembelian lensa kontak lunak yaitu berjenis kelamin perempuan sebanyak 346 orang (91%).

Berdasarkan analisa data penjualan lensa kontak lunak yang terbanyak yaitu lensa kontak lunak warna sebanyak 225 lensa kontak (66%), berdasarkan merek lensa kontak lunak warna merek yang terjual terbanyak adalah merek NW sebanyak 225 lensa kontak (88%), berdasarkan merek lensa kontak lunak bening merek yang terjual paling banyak yaitu merek IC sebanyak 41 lensa kontak (32%), berdasarkan material lensa kontak lunak bening terbanyak yaitu dengan material hydrogel sekitar (58%), penjualan solution perawatan terbanyak dengan merek AS 49 solution (46%), dan penjualan obat tetes mata terbanyak dengan merek RF 53 solution (45%).

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada ARO Leprindo Jakarta atas bantuannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Correa, P. C., Lui, A. C., & Silva, C. B. (2018). Study of the Effectiveness of Multipurpose Solutions on the Bacterial Disinfection of Silicone Hydrogel Contact Lenses In Vitro. *Eye Contact Lens*.
- [2] INSIGHT, F. M. (n.d). Contact Lenses Market Overview. Retrieved from FUTURE MARKET INSIGHT: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/contact-lenses-market>
- [3] Magdalena, E. S., & Wirabrata, I. (2018). Pedoman Penilaian Alat Kesehatan dan Perbekalan Rumah Tangga. Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, 44-45.
- [4] Morgan, P. B., Efron, N., & Woods, C. A. (2022). International Contact Lens Prescribing. *Contact Lens Spectrum*, 2.
- [5] MR, F. (2022). Fact. MR. Retrieved from Contact Lens Solution Market: <https://www.factmr.com/report/contact-lens-solutions-market>
- [6] Rahmawati, D., Budiana, M. W., & Abdilah, B. R. (2022). Pengaruh Lensa Kontak Lunak Terhadap Kenyamanan Pemakaian di SMK kesehatan Letris. *Jurnal Mata Optik*, 22.
- [7] Siregar, N. H. (2014). Lensa Kontak. *Lensa Kontak*, 6-7.
- [8] SKYQUEST. (2022). Global Contact Lens Market to Hit Sales of \$14.02 Billion by 2028 | Top 5. SkyQuest Technology Consulting Pvt. Ltd.
- [9] Sugiyono, P. D. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [10] Suparman, D. (2018). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENJUALAN SPARE PART . *Jurnal Ekonomedia*, 9.