

TINGKAT KEPUASAN PASIEN TERHADAP PENGGUNAAN OBAT METFORMIN
GENERIK DAN METFORMIN GENERIK BERMEREK (BRANDED GENERIC) PADA
PENDERITA DIABETES MELLITUS TIPE 2 RAWAT JALAN DI BADAN RUMAH SAKIT
UMUM TABANAN

Purnamaningrat, A.A.I.D.¹, Antari, N.P.U.¹, Larasanty, L.P.F.¹
¹Jurusan Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Udayana

Korespondensi: Purnamaningrat, A.A.I.D.
Jurusan Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Udayana
Jalan Kampus Unud-Jimbaran, Jimbaran-Bali, Indonesia 80364 Telp/Fax: 0361-703837
Email: devi_purnamaningrat@yahoo.com

ABSTRAK

Metformin merupakan obat antidiabetes oral lini pertama yang digunakan dalam terapi pasien diabetes melitus tipe 2. Metformin dipasarkan dalam kemasan generik dan branded generic. Perbedaan penggunaan obat metformin generik dan obat metformin branded generic dapat dipengaruhi oleh kepuasan pasien. Tujuan penelitian ini adalah mengukur tingkat kepuasan pasien diabetes melitus tipe 2 rawat jalan yang berobat dengan biaya sendiri di Badan Rumah Sakit Umum Tabanan terhadap penggunaan obat metformin generik dan metformin branded generic.

Tingkat kepuasan pasien diukur menggunakan harapan dan persepsi pasien pada 3 lapisan produk obat yaitu core product, actual product, dan augmented product terhadap penggunaan obat metformin generik dan metformin branded generic. Perbandingannya dijelaskan dengan analisis statistik yang datanya diambil melalui pengamatan secara one shot. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang diujikan pada 49 responden. Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert untuk mendapat data kuantitatif. Data diolah dan dianalisa menggunakan uji t berpasangan dengan tingkat kepercayaan 95%.

Kata Kunci: metformin, harapan, persepsi, kepuasan pasien

1. PENDAHULUAN

Industri Farmasi di Indonesia merupakan salah satu industri yang berkembang cukup pesat seiring dengan pertumbuhan pangsa pasarnya. Dengan banyaknya industri farmasi yang ada, bermunculan juga berbagai jenis obat yang disebut sebagai “me too product” atau disebut juga dengan obat branded generic. Produk obat dibagi menjadi tiga lapisan, yaitu core product, actual product, dan augment product, yang akan membentuk image produk yang nantinya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsinya dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003). Bila kebutuhan dan harapan terpenuhi, konsumen menjadi puas, bahkan sangat puas, sehingga nantinya akan menjadi konsumen yang loyal (Supriyanto dan Ernawaty, 2010). Konsumen

yang loyal terhadap suatu produk obat dapat mempengaruhi luaran terapi pasien dengan mempengaruhi tingkat ketaatan pasien terhadap pengobatan.

Pasien diabetes melitus sangat diperlukan ketaatannya dalam pengobatan, terutama konsistensinya mengkonsumsi obat secara teratur dan berkelanjutan. Untuk pengobatan diabetes melitus, metformin merupakan salah satu obat lini pertama yang paling banyak digunakan, karena efek sampingnya yang lebih rendah dibandingkan dengan obat diabetes melitus golongan lainnya (Arisman, 2010). Metformin dipasarkan dalam kemasan generik dan generik bermerek (branded generic), keduanya memberikan kepuasan yang berbeda-beda bagi setiap konsumen yang akan mempengaruhi penggunaannya.

Penggunaan obat generik di Indonesia hanya mempunyai pasar sekitar 7%

dibandingkan dengan obat generik beremerek (branded generic) (Sampurno, 2009). Perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien terhadap penggunaan obat metformin generik dan metformin generik bermerek (branded generic) pada penderita diabetes melitus tipe 2 rawat jalan yang berobat dengan biaya sendiri di Badan Rumah Sakit Umum Tabanan.

2. BAHAN DAN METODE

2.1 Alat Penelitian

Teknik pengumpulan data menggunakan alat penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun mencakup tiga dimensi kualitas yaitu core product, actual product, dan augment product (Sampurno, 2009). Kuesioner yang disebarkan dinilai dengan skala Likert untuk memperoleh data kuantitatif. Penilaian pernyataan kuesioner menggunakan empat skala yang alternatif penilaiannya dibagi menjadi dua, yaitu penilaian untuk item yang favorable dan item yang unfavorable.

2.2 Metode

2.2.1 Penentuan pengambilan sampel

Sampel adalah pasien diabetes melitus tipe 2 rawat jalan yang berobat dengan biaya sendiri di Badan Rumah Sakit Umum Tabanan yang menggunakan obat metformin generik dan obat metformin generik bermerek (branded generic), sedang menunggu obat di Instalasi Farmasi Badan Rumah Sakit Umum Tabanan pada waktu penelitian berlangsung sebagai pasien umum, berusia minimal 17 tahun keatas, dan pendidikan minimal SMA.

2.2.2 Uji validitas dan reliabilitas kuesioner

Melakukan konsultasi kuesioner yang telah dibuat kepada 10 responden yang berkompeten dibidang kesehatan dan manajerial. Setelah melewati 10 responden yang berkompeten dibidangnya, dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner yang sudah dibuat kepada 30 responden diluar anggota sampel. Uji validitas dengan menggunakan korelasi product moment, sedangkan uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach Alpha.

2.2.3 Data penelitian

Data penelitian disajikan dalam bentuk persentase untuk menggambarkan distribusi

dan frekuensi mengenai karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

2.2.4 Pengukuran harapan responden

Data kuesioner yang telah diperoleh, dijelaskan secara deskriptif harapan dan kenyataan pasien terhadap masing – masing poin pertanyaan. Dengan instrumen kuesioner yang menggunakan sistem skala likert, dapat dilihat pada pernyataan mana yang memiliki harapan tertinggi. Rata - rata skor tiap poin pernyataan diklasifikasi agar lebih mudah diinterpretasikan, dalam rentang rata – rata dari nilai terkecil 1 sampai nilai terbesar yaitu 4.

2.2.5 Pengukuran kepuasan responden

Analisis kepuasan responden pada masing-masing dimensi dengan menentukan skor gap (skor persepsi dikurangi skor harapan). Kepuasan paling rendah terjadi pada saat kualitas yang dirasakan (persepsi) jauh dibawah harapan, dinilai dengan persepsi minimal (1) sedangkan harapan maksimal (4), maka nilai yang didapat sebesar $1 - 4 = -3$. Sedangkan kepuasan paling tinggi yang terjadi pada saat kualitas yang dirasakan (persepsi) jauh melampaui harapan, dengan persepsi maksimal (4) sedangkan harapan minimal (1), maka nilai yang didapat sebesar $4 - 1 = 3$.

2.2.6 Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara statistik menggunakan SPSS for windows 17.0 dengan metode uji normalitas (Kolmogorov-smirnov) dan uji parametrik yaitu uji t berpasangan (Paired Samples t-Test) dengan taraf kepercayaan 95%.

3. HASIL

3.1 Gambaran Karakteristik Responden.

Penggolongan responden dilakukan berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Berdasarkan tabel A 3.1 diperoleh responden terbanyak berjenis kelamin pria (57%), dengan usia terbanyak 41 sampai 50 tahun, pendidikan terakhirnya SMA (45%), dan pekerjaan terbanyak sebagai karyawan swasta (45%). Penggolongan responden tersebut tidak memberikan pengaruh terhadap harapan dan persepsi responden terhadap penggunaan obat

metformin generik maupun metformin branded generic.

3.2 Analisis Perbedaan Harapan dan Persepsi Responden Terhadap Obat Metformin Generik dan Metformin Branded Generic.

Berdasarkan tabel A 3.2 rata – rata total harapan metformin generik adalah 3,22 dan rata – rata total harapan metformin branded generic adalah 3,02 yang keduanya masuk dalam klasifikasi tinggi. Sedangkan pada tabel A 3.3 rata – rata total persepsi metformin generik adalah 3,36 dan rata – rata total persepsi metformin branded generic adalah 3,18. Hasil analisis statistik baik dari kuesioner metformin generik dan metformin branded generic diperoleh terdapat perbedaan bermakna ($p < 0,05$) antara harapan metformin generik dengan metformin branded generic, begitupula dengan persepsinya.

3.3 Analisa Kepuasan Responden Terhadap Metformin Generik dan Metformin Branded Generic.

Berdasarkan data 49 responden, secara keseluruhan tingkat kepuasan responden terhadap penggunaan obat metformin generik dan metformin branded generic termasuk dalam klasifikasi sedang. Hasil analisis statistiknya menunjukkan tidak terdapat perbedaan kepuasan antara penggunaan obat metformin generik dan metformin branded generic.

4. PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Karakteristik Responden.

Berdasarkan data dari 49 responden yang berpartisipasi, dilakukan penggolongan responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Berdasarkan tabel A 3.1 responden dengan jenis kelamin pria (57%) lebih banyak dari jumlah responden wanita (43%) dengan usia terbanyak 41 – 50 tahun. Berdasarkan pendidikan, responden terbanyak pendidikan terakhirnya adalah SMA. Dilihat dari segi

pekerjaan, 45% dari keseluruhan responden bekerja sebagai karyawan swasta.

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov tentang distribusi harapan dan persepsi pasien diabetes melitus tipe 2, menunjukkan data penelitian terdistribusi normal ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin, usia, pendidikan, dan jenis pekerjaan tidak memberikan pengaruh terhadap harapan dan persepsi responden terhadap penggunaan obat metformin generik dan obat metformin branded generic.

4.2 Analisis Perbedaan Harapan dan Persepsi Responden Terhadap Obat Metformin Generik dan Metformin Branded Generic.

Penilaian kepuasan responden terhadap suatu produk diawali dengan mencari harapan dan persepsi responden terhadap produk obat tersebut. Berdasarkan tabel A 3.2 diketahui bahwa responden mempunyai harapan yang tinggi baik terhadap obat metformin generik maupun metformin branded generic. Responden memiliki harapan tertinggi untuk obat metformin generik pada poin pernyataan nomor 1 pada dimensi actual product yaitu obat metformin generik tidak nyaman digunakan pada saat pemakaian (berbau, susah ditelan). Pernyataan ini termasuk dalam pernyataan unfavorable. Responden mempunyai harapan yang tinggi terhadap kenyamanan penggunaan obat metformin generik. Kenyamanan yang diperoleh saat menggunakan obat metformin generik nantinya akan mempengaruhi kepatuhan responden dalam penggunaan obat tersebut.

Sedangkan pada obat metformin branded generic harapan tertinggi terletak pada poin pernyataan nomor 2 dan 8 pada dimensi core product. Poin pernyataan nomor 2 yaitu selama menggunakan obat metformin branded generic pernah mengalami efek samping dari obat metformin branded generic berupa mual dan muntah, dan poin pernyataan nomor 8 yaitu selama menggunakan obat metformin branded generic tidak lagi dirasakan lelah dan letih. Poin pernyataan nomor 2 termasuk dalam pernyataan unfavorable, responden mempunyai harapan yang tinggi agar selama menggunakan obat metformin branded generic tidak mengalami efek samping berupa mual dan muntah). Tingginya harapan

responden pada poin nomor 8 pada obat metformin branded generic tersebut menunjukkan bahwa responden sangat menginginkan obat metformin branded generic yang digunakannya akan dapat menghilangkan gejala diabetes yang dialaminya.

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa terdapat perbedaan bermakna ($p < 0,05$) antara harapan metformin generik dan harapan metformin branded generic (tabel A 3.2), begitu pula dengan persepsi metformin generik dan persepsi metformin branded generic (tabel A 3.3). Dimana pada harapan dan persepsi yang tertinggi terletak pada obat metformin generik.

4.3 Analisa Kepuasan Responden Terhadap Metformin Generik dan Metformin Branded Generic.

Pengukuran tingkat kepuasan responden dilakukan dengan membandingkan antara tingkat persepsi responden terhadap produk obat yang diterima dengan tingkat harapannya dari obat tersebut. Tabel A 3.4 menunjukkan bahwa hampir keseluruhan pernyataan baik dari kuesioner metformin generik maupun kuesioner metformin branded generic memiliki nilai skor gap yang positif. Berdasarkan tabel klasifikasi kepuasan (Tabel A 2.2), skor gap dari semua poin pernyataan masuk ke dalam klasifikasi sedang. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan bermakna pada tingkat kepuasan antara penggunaan obat metformin generik dan obat metformin branded generic pada responden penelitian.

Berdasarkan tabel A 3.4, dapat dilihat rata – rata per lapisan dari masing – masing kuesioner, baik dari metformin generik maupun metformin branded generic. Pada lapisan core product rata – rata skor gap metformin branded generic (0,16) lebih tinggi dari metformin generik (0,15). Responden merasa dengan menggunakan obat metformin branded generic akan lebih banyak manfaat yang akan diperoleh. Salah satu keunggulan core product pada metformin branded generic adalah pada poin 7. Obat metformin branded generic dirasakan oleh responden sudah mampu untuk menyembuhkan, terutama untuk menghilangkan gejala penyakit diabetes melitus yaitu kesemutan.

Pada lapisan actual product skor gap metformin generik (0,22) lebih tinggi dari metformin branded generic (0,16). Umumnya tampilan obat metformin branded generic jauh lebih menarik daripada obat metformin generik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden tidak terlalu memikirkan tampilan dari obat tersebut. Responden merasa obat metformin generik tampilannya sudah memenuhi harapan responden. Pada lapisan augmented product skor gap metformin branded generic (0,12) lebih tinggi dari metformin generik (-0,06). Produk branded generic umumnya menyediakan layanan pasca pemasaran yang berbeda dari produk generik, dimana terdapat informasi layanan konsumen dan pengaduan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi yang diperoleh responden masih dibawah harapan responden pada produk branded generic.

Saat ini pangsa pasar obat generik mencapai 38%, angka tersebut masih dibawah dari angka pangsa pasar obat branded generic. Hal ini dikarenakan obat branded generic menggunakan strategi pemasaran berupa branding (pereseapan) melalui dokter. Pereseapan tersebut sangat berpengaruh pada kecenderungan konsumen untuk memilih suatu jenis obat (Prabowo, A., 2012). Namun dengan adanya Peraturan Pemerintah Nomor 51 tahun 2009 Pasal 24, dimana apoteker dapat mengganti obat branded generic menjadi generik yang sama komponen aktifnya dengan persetujuan dokter dan/atau pasien, apoteker dapat membantu pasien untuk memperoleh obat dengan biaya yang lebih rendah namun dengan efektivitas yang setara. Dengan adanya hasil penelitian ini, yang menunjukkan bahwa harapan dan persepsi yang tinggi terhadap obat metformin generik dan tingkat kepuasan yang tidak berbeda bermakna, maka penggantian produk obat tersebut dapat dilaksanakan dengan lebih baik lagi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat kepuasan pasien diabetes melitus tipe 2 rawat jalan yang berobat dengan biaya sendiri di Badan Rumah Sakit Umum Tabanan terhadap penggunaan obat metformin generik dan metformin

branded generic termasuk dalam klasifikasi sedang dan tidak terdapat perbedaan kepuasan yang bermakna antara penggunaan kedua obat tersebut ($p > 0,05$).

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi yang telah mendanai pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisman. 2010. *Obesitas, Diabetes Melitus, dan Dislipidemia*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC. Hal. 50-53.
- Assauri, S. 2003. *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Grafindo Persada. Hal. 183.
- Mulyono, S. 1991. *Statistika untuk Ekonomi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI. Hal. 76
- Prabowo, A., Budisantoso, W., dan Iwan, V. 2012. Analisis Kebijakan Penggunaan Obat Generik di Indonesia serta Dampaknya pada Biaya Belanja Obat Masyarakat (Studi Kasus Pada Obat Penyakit Diabetes Menggunakan Pendekatan Sistem Dinamik). *J. Ilmiah Teknik Industri* 1(1), 592. Jurusan Teknik Industri – Institut Teknologi Sepuluh November, Surabaya
- Sampurno, H. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal. 15, 22, 137-141.
- Supriyanto, S. dan Ernawaty. 2010. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: Penerbit Andi. Hal. 7, 14-15, 303.

APENDIKS A.

Tabel A 2.1 Klasifikasi Harapan Pasien

Interval	Klasifikasi
1,0 – 1,6	Sangat Rendah
>1,6 – 2,2	Rendah
>2,2 – 2,8	Sedang
>2,8 – 3,4	Tinggi
>3,4 – 4,0	Sangat tinggi

Tabel A 2.2 Klasifikasi Kepuasan Pasien

Interval	Klasifikasi
-3,0 s/d -1,8	Sangat rendah
> -1,8 s/d -0,6	Rendah
> -0,6 s/d 0,6	Sedang
> 0,6 s/d 1,8	Tinggi
> 1,8 s/d 3,0	Sangat tinggi

Tabel A 3.1 Karakteristik Responden Penelitian

Nomor	Karakteristik Responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	a. Pria	28	57
	b. Wanita	21	43
2	Usia		
	a. 17-30 tahun	14	28
	b. 31-40 tahun	15	31
	c. 41-50 tahun	17	35
	d. 51-60 tahun	2	4
	e. > 60 tahun	1	2
3	Pendidikan Terakhir		
	a. SMA	21	45
	b. D1	4	8
	c. D3	6	9
	d. S1	18	38
4	Pekerjaan		
	a. Mahasiswa	10	20
	b. Karyawan Swasta	22	45
	c. Wiraswasta	14	29
	d. PNS	3	8

Tabel A 3.2 Analisis Harapan Metformin Generik dan Metformin Branded Generic.

No Pernyataan	Lapisan Produk	Kuesioner Generik		Kuesioner Branded Generic	
		Rata-rata Skor Harapan	Klasifikasi	Rata-rata Skor Harapan	Klasifikasi
1	Core Product	3,22	Tinggi	3,02	Tinggi
2		3,22	Tinggi	3,14*	Tinggi
3		3,24	Tinggi	2,94	Tinggi
4		3,18	Tinggi	3,02	Tinggi
5		3,24	Tinggi	3,02	Tinggi
6		3,22	Tinggi	3,04	Tinggi
7		3,14	Tinggi	3,00	Tinggi
8		3,27	Tinggi	3,14*	Tinggi
Rata – rata core product		3,22	Tinggi	3,04	Tinggi
1	Actual Product	3,33*	Tinggi	3,04	Tinggi
2		3,18	Tinggi	3,00	Tinggi
3		3,20	Tinggi	3,02	Tinggi
4		3,27	Tinggi	3,06	Tinggi
5		3,18	Tinggi	2,96	Tinggi
6		3,16	Tinggi	3,08	Tinggi
Rata – rata actual product		3,22	Tinggi	3,03	Tinggi
1	Augmented Product	3,24	Tinggi	2,96	Tinggi
2		3,22	Tinggi	2,92	Tinggi
3		3,29	Tinggi	3,02	Tinggi
Rata – rata augmented product		3,25	Tinggi	2,97	Tinggi
Rata-rata Total		3,22	Tinggi	3,02	Tinggi

p < 0,001

Keterangan : ”**” merupakan nilai yang paling tinggi dari masing-masing harapan pernyataan kuesioner generik dan kuesioner generik bermerek; Jumlah responden 49 orang; p < 0,05 = terdapat perbedaan antara harapan obat metformin generik dan obat metformin branded generic.

Tabel A 3.3 Analisis Persepsi Metformin Generik dan Metformin Branded Generic

No Pernyataan	Lapisan Produk	Kuesioner Generik	Kuesioner Branded Generic
		Rata-rata Skor Persepsi	Rata-rata Skor Persepsi
1	Core Product	3,37	3,04
2		3,27	3,18
3		3,29	3,18
4		3,41	3,14
5		3,31	3,31
6		3,39	3,20
7		3,43	3,35*
8		3,51	3,22
	Rata – rata core product	3,37	3,20
1	Actual Product	3,37	3,24
2		3,63*	3,14
3		3,39	3,24
4		3,61	3,08
5		3,33	3,27
6		3,35	3,18
	Rata – rata actual product	3,45	3,20
1	Augmented Product	3,57	3,08
2		3,10	3,06
3		2,88	3,12
	Rata – rata augmented product	3,18	3,09
	Rata-rata Total	3,36	3,18

p = 0,01

Keterangan : "*" merupakan nilai yang paling tinggi dari masing-masing persepsi pernyataan kuesioner generik dan kuesioner generik bermerek; Jumlah responden 49 orang; $p < 0,05$ = terdapat perbedaan antara persepsi obat metformin generik dan obat metformin branded generic.

Tabel A 3.4 Hasil Perhitungan Skor Gap Responden Terhadap Penggunaan Obat Metformin Generik dan Metformin Branded Generic

Kuesioner Generik				Kuesioner Branded Generic			
Pernyataan	Lapisan	Skor gap	Klasifikasi Kepuasan	Pernyataan	Lapisan	Skor gap	Klasifikasi Kepuasan
1		0,14	Sedang	1		0,02	Sedang
2		0,04	Sedang	2		0,04	Sedang
3		0,04	Sedang	3		0,24	Sedang
4	Core	0,22	Sedang	4	Core	0,12	Sedang
5	Product	0,06	Sedang	5	Product	0,29	Sedang
6		0,16	Sedang	6		0,16	Sedang
7		0,29	Sedang	7		0,35	Sedang
8		0,24	Sedang	8		0,08	Sedang
Rata – rata core product		0,15	Sedang	Rata – rata core product		0,16	Sedang
1		0,04	Sedang	1		0,20	Sedang
2		0,45	Sedang	2		0,14	Sedang
3	Actual	0,18	Sedang	3	Actual	0,22	Sedang
4	Product	0,35	Sedang	4	Product	0,02	Sedang
5		0,14	Sedang	5		0,31	Sedang
6		0,18	Sedang	6		0,10	Sedang
Rata – rata actual product		0,22	Sedang	Rata – rata actual product		0,16	Sedang
1		0,33	Sedang	1		0,12	Sedang
2	Augmented	-	Sedang	2	Augmented	0,14	Sedang
3	Product	0,12	Sedang	3	Product	0,10	Sedang
		-	Sedang			0,10	Sedang
Rata – rata augmented product		0,41	Sedang	Rata – rata augmented product		0,12	Sedang
		-	Sedang			0,12	Sedang
Rata – rata gap generik		0,06	Sedang	Rata – rata gap branded generik		0,15	Sedang
		0,14	Sedang			0,15	Sedang

$p = 0,730$

Keterangan : Jumlah responden 49 orang; $p < 0,05$ = terdapat perbedaan antara kepuasan penggunaan obat metformin generik dan obat metformin branded generic.