

INTISARI

Pada era industri 4.0 saat ini, penggunaan *e-commerce* sebagai salah satu sarana jual beli obat-obatan melalui media elektronik sangat berkembang pesat. Akan tetapi, barang dan informasi yang disajikan oleh penjual kepada konsumen tidak selalu lengkap dan relevan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik produk dan kualitas informasi obat CTM yang disajikan melalui *e-commerce* di Indonesia. Karakteristik produk obat CTM ditinjau dari jumlah obat yang dijual, merek obat, bentuk sediaan, dan kandungan sediaan (tunggal atau campuran). Untuk kualitas informasi obat ditinjau dari konten informasi obat, tingkat keterbacaan informasi obat, dan fungsi situs.

Penelitian ini menggunakan metode *cross-sectional* dengan analisis deskriptif evaluatif. Populasi pada penelitian ini yaitu *e-commerce* di Indonesia (*marketplace* dan apotek *online*). Data karakteristik produk dibuat tabulasi dengan hasil berupa jumlah dan persen. Instrumen untuk mengevaluasi kualitas konten informasi obat yaitu instrumen Svarstad yang dimodifikasi dengan BPOM RI, CMI Medsafe, dan FDA. Keterbacaan informasi obat diamati dengan *Gunning Fog Test* dan evaluasi fungsi situs diamati dengan empat kriteria *evaluation of website functionality*. Data yang didapat akan diamati dan dianalisis secara deskriptif menggunakan *software SPSS v25*.

Diperoleh hasil jumlah produk obat CTM sebanyak 287 produk pada keempat *e-commerce*. Persentase produk obat CTM bermerek lebih banyak dari generik, yaitu sebesar 94,77% dengan bentuk sediaan yang paling banyak yaitu tablet. Persentase produk obat CTM tunggal sebesar 82,23%, lebih banyak dari produk campuran. Evaluasi kualitas konten informasi obat menunjukkan hasil 33,86%. Tingkat keterbacaan informasi obat CTM memiliki skor 15,07 dari total skor 17 yang setara dengan *Junior College*. Evaluasi fungsi situs menunjukkan hasil yang tidak lengkap karena keempat *e-commerce* hanya memiliki fitur “bertanya kepada apoteker atau penjual”.

Kata kunci : *e-commerce*, CTM, karakteristik produk, kualitas informasi obat

ABSTRACT

In the current industrial era 4.0, the use of e-commerce as a media of buying and selling medicines through electronic media is growing rapidly. However, products and information presented by the sellers to consumers are not always complete and relevant. The purpose of this study was to determine the product characteristics and quality of CTM drug information on e-commerce in Indonesia. The characteristics of CTM drug products are viewed from the number of drugs sold, drug brands, dosage forms, and ingredient (single or mixed). The quality of drug information is reviewed from the content of drug information, readability level of drug information, and the function of the website.

This study used a cross-sectional method and evaluated by descriptive analysis. The population in this study is e-commerce in Indonesia (marketplaces and online pharmacies). The product characteristic data was tabulated with the results in the form of number and percent. The instrument to evaluate the quality of drug information content is the Svarstad instrument which was modified with BPOM RI, CMI Medsafe, and FDA. Readability of drug information was observed with the Gunning Fog Test and evaluation of website functionality was observed with four evaluation of website functionality criteria. The data obtained was observed and analyzed descriptively using SPSS v25 software.

The results are the number of CTM drug products as many as 287 products in the four e-commerce. The percentage of branded CTM drug products is higher than generic product, which is 94.77% with the most dosage form in tablets. The percentage of single CTM drug products was 82.23%, more than mixed products. The quality of drug information content evaluation showed a result of 33.86%. The readability level of CTM drug information has a score 15.07 of 17 which is equivalent to Junior College. The evaluation of the website functionality showed incomplete results because the four e-commerce only have the "ask the pharmacist or seller" feature.

Keywords : e-commerce, CTM, product characteristic, quality of drug information content.