

INTISARI

Obat baham alam masih banyak digunakan oleh masyarakat untuk memelihara kesehatan. Meningkatnya permintaan dan pertumbuhan industri obat bahan alam menyebabkan perlunya strategi pemasaran yang efektif. Di era digital saat ini, *e-marketplace* menjadi strategi pemasaran yang berkembang pesat, sehingga perlu pengawasan terhadap banyaknya iklan produk obat bahan alam yang tidak memenuhi ketentuan regulasi. Iklan produk obat bahan alam dengan klaim pegal linu banyak ditemukan karena pegal linu berupa rasa nyeri akibat aktivitas fisik berlebihan yang sering diderita masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi profil kesesuaian iklan obat-bahan-alam-teregistrasi dengan klaim pegal linu terhadap regulasi dan profil poin regulasi dengan tingkat pelanggaran tertinggi di setiap dan tiga *e-marketplace* yang sering dikunjungi, yaitu Shopee, Tokopedia, dan Blibli.

Penelitian ini bersifat noneksperimental dengan metode deskriptif kualitatif menggunakan instrumen (lembar observasi) yang dibuat berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 34 Tahun 2022 tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan. Data diperoleh melalui proses seleksi iklan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang ditetapkan. Pengumpulan data iklan dilakukan pada 25 Oktober-1 November 2024, dengan kata kunci “obat tradisional pegal linu”. Kesesuaian iklan dievaluasi secara kualitatif dengan lembar observasi yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian disajikan secara deskriptif untuk memberikan gambaran pelanggaran poin regulasi.

Hasil penelitian terhadap 137 iklan, seluruhnya tidak memenuhi ketentuan dengan nilai rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 82%. Poin regulasi dengan tingkat pelanggaran tertinggi di setiap dan keseluruhan *e-marketplace* ditemukan dalam kriteria Lengkap pada poin pasal 1 dan 3. Berdasarkan ketentuan dalam poin pasal 1, setiap iklan wajib mencantumkan informasi minimal, yaitu nama pemilik izin edar, nomor izin edar, spot “Baca Aturan Pakai,” dan spot “Baca Peringatan Perhatian” (jika ada). Kemudian, Poin Pasal 3 mengenai ketentuan pencantuman spot tersebut pada setiap akhir iklan. Persentase pelanggaran iklan terhadap kedua poin pasal tersebut sebesar 100%.

Kata kunci : obat bahan alam, pegal linu, iklan, regulasi, *e-marketplace*

ABSTRACT

Natural medicines products remain widely used for health maintenance. The increasing demand and growth of the natural medicine industry, effective marketing strategies are essential. In the digital era, e-marketplaces have become a rapidly growing marketing platform. The large number of advertisements for natural medicine products that not do comply with regulations highlights the need for strict oversight. Advertisements for natural medicines claiming to relieve *pegal linu* are widely found as *pegal linu* is a common condition caused by excessive physical activity. This study aims to evaluate the compliance profile of registered-natural medicine advertisements claiming to relieve *pegal linu* with regulations, as well as identify the most violated regulatory points in each and three popular e-marketplaces, namely Shopee, Tokopedia, and Blibli.

The research is nonexperimental with descriptive qualitative method using observation sheets instrument developed based on *Peraturan BPOM Nomor 34 Tahun 2022 tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan*. Data was obtained from the selection process based on the inclusion and exclusion criterias. Data on advertisements were collected from October 25 to November 1, 2024, using the keyword “obat tradisional pegal linu”. Advertisement compliance was qualiitatively evaluated using the observation sheets that has been tested for validity and reliability and presented descriptively to provide an overview of regulatory violations.

The results of the study, which analyzed 137 advertisements, and none of them met the regulatory requirements, with an average compliance rate of 82%. The highest violation rates across all e-marketplaces were identified in the *Lengkap* criteria, specifically in the point 1 and 3. According to point 1, every advertisement must include essential information such as the name of the license holder, product registration number, “Baca Aturan Pakai” and “Baca Peringatan Perhatian” (if applicable) spots. In the point 3, stipulates that these spots must be displayed in the end of every advertisement. The violation rate for these two regulatory points reached 100%.

Keywords: natural medicine, *pegal linu*, advertisement, regulation, e-marketplace.