

IMPLEMENTASI PERATURAN PEREDARAN OBAT SECARA DARING PADA MASYARAKAT DI PRAKTIK PELAYANAN KEFARMASIAN APOTEK

IMPLEMENTATION OF REGULATIONS ONLINE DRUG CIRCULATION IN THE PUBLIC IN PHARMACY SERVICE PRACTICE AT PHARMACY

Deny Kusuma¹, Yosef Wijoyo¹, Yustina Sri Hartini^{1*}

¹ Master of Pharmacy Study Program at Sanata Dharma University, Krodan, Maguwoharjo, Kec. Depok, Sleman Regency, Yogyakarta Special Region 55282, Indonesia.

*Korespondensi: yustinahartini@usd.ac.id

ABSTRAK

Saat ini dapat dikatakan bahwa obat termasuk dalam kebutuhan pokok masyarakat. Obat bukanlah komoditas seperti halnya sembako, ada banyak peraturan terkait peredaran obat. BPOM telah menerbitkan peraturan Nomor 8 tahun 2020 untuk mengatur dan mengawasi penjualan obat secara daring dan sudah disosialisasikan. Kemajuan teknologi informasi dan perkembangan tingkat pemanfaatan layanan daring untuk mendapatkan obat terutama di masa pandemi Covid-19 meningkat. Obat keras harus didistribusikan ke pasien berdasar resep dokter dan disertai informasi edukasi serta pernyataan penggunaan yang tepat bagi pasien.

Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan pendekatan kualitatif untuk mengkaji implementasi peraturan BPOM Nomor 8 tahun 2020 dalam praktek pelayanan kefarmasian di apotek dalam peredaran obat keras secara daring. Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang berkunjung di sarana pelayanan kefarmasian di apotek wilayah Kabupaten Sleman Yogyakarta. Pengambilan data dilakukan dengan metode observasi dan wawancara. Instrumen berupa panduan wawancara disusun berdasarkan kerangka teori COM-B (*Capability, Opportunity, Motivation, Behavior*). Responden wawancara adalah masyarakat yang berkunjung di sarana pelayanan kefarmasian di apotek yang memenuhi kriteria *inklusi* dan *eksklusi*. Data kualitatif hasil wawancara dianalisis secara tematik dengan menggunakan bantuan *software* NVIVO 11 Plus.

Hasil penelitian pada umumnya masyarakat tidak mengetahui adanya regulasi mengenai peredaran obat secara daring dengan mendetail namun paham akan tujuan regulasi. Masyarakat menyatakan kemudahan penggunaan pelayanan obat daring, walaupun ada kerugian yang mereka rasakan seperti harga lebih mahal serta dapat saja membeli obat yang salah. Masyarakat berkeinginan untuk terus melakukan pembelian secara daring dan keinginan adanya peraturan khusus yang lebih detail mengenai peraturan tersebut. Serta berharap adanya edukasi terhadap masyarakat mengenai swamedikasi.

Kata kunci: Implementasi, Daring, Obat keras, Apoteker, COM-B

ABSTRACT

Currently it can be said that medicine is included in the basic needs of society. Drugs are not commodities like basic necessities, there are many regulations related to drug distribution. BPOM has issued regulation Number 8 of 2020 to regulate and supervise drug sales online and has been socialized. Advances in information technology and the development of the level of utilization of online services to obtain drugs, especially during the Covid-19 pandemic, are increasing. Strong drugs must be distributed to patients based on a doctor's prescription and accompanied by educational information and confirmation of proper use for patients.

This research is an observational study with a qualitative approach to examine the implementation of BPOM regulations No. 8 of 2020 in the practice of pharmaceutical services in pharmacies in the distribution of hard drugs online. The population of this research is the people who visit the pharmaceutical service facilities in the pharmacy in the Sleman Regency, Yogyakarta. Data collection was done by observation and interview methods. The instrument in the form of an interview guide was prepared based on the theoretical framework of COM-B (*Capability, Opportunity, Motivation, Behavior*). Interview respondents were people who visited pharmaceutical service facilities at pharmacies who met the inclusion and exclusion criteria. The qualitative data from the interviews were analyzed traditionally using the NVIVO 11 Plus software.

The results of the study in general, people do not know about regulations regarding drug distribution online in detail but understand the purpose of regulation. The public stated that it was easy to use online drug services, although they felt that there were disadvantages such as higher prices and they could buy the wrong medicine. People want to continue to make online purchases and want specific regulations that are more detailed regarding these regulations. And hope that there will be education for the community regarding self-medication

Keywords: Implementation, Online, Hard drugs, Pharmacist, COM-B

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan modal utama bagi pertumbuhan kehidupan bangsa, untuk mewujudkan cita-cita bernegara menuju masyarakat adil makmur dan sejahtera. Keadaan sehat dibutuhkan semua orang agar dapat melakukan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan hidup (Basuki dan Kalijaga, 2020). Perkembangan perdagangan sekarang ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, yang terjadi bukan hanya pada barang yang diperdagangkan tetapi juga pada transaksi jual beli itu sendiri. Kemajuan teknologi informasi dan perkembangan tingkat pemanfaatan layanan online untuk mendapatkan obat terutama di masa pandemi Covid-19 meningkat. Saat ini proses jual beli obat dapat dilakukan melalui internet. Masyarakat merasa mudah serta praktis dalam memilih produk serta pelayanan yang cepat (Amelia, 2018). Perdagangan bebas cenderung mengakibatkan barang dan atau jasa yang beredar belum tentu menjamin keamanan, keselamatan dan kesehatan konsumen (Hijawati, 2020).

Penggunaan layanan online dalam penjualan obat sudah tidak dapat dicegah, yang saat ini banyak difasilitasi oleh pihak ketiga dalam bertransaksi dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Namun, kemajuan teknologi dan informasi tersebut disalahgunakan oleh para pelaku usaha penjual obat untuk menjual obat tanpa izin edar melalui internet. Hal ini merupakan ancaman serius bagi kesehatan masyarakat Indonesia Banyak iklan obat melalui media online yang mana obat tersebut tidak resmi dan beredar di Indonesia. Produk yang dijual secara online tidak terjamin keamanan, khasiat/manfaat, dan mutunya karena tidak dapat dipastikan apakah diproduksi oleh produsen yang resmi atau tidak (Alfannurzuhaid *et al.*, 2016)

Salah satu unsur penting untuk mewujudkan kesehatan dalam pelayanan kesehatan adalah obat. Obat bukanlah komoditas seperti halnya sembako, ada banyak peraturan terkait peredaran obat (Republik Indonesia, 2006). BPOM telah menerbitkan peraturan Nomor 8 tahun 2020 untuk mengatur dan mengawasi penjualan obat secara online dan sudah disosialisasikan. Pengawasan peredaran obat merupakan salah satu tugas dan tanggung jawab apoteker. Obat keras harus didistribusikan ke pasien berdasar resep dokter dan disertai informasi edukasi serta pemastian penggunaan yang tepat bagi pasien.

Deputi Bidang Pengawasan Produk, Terapatik, dan NAPZA Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), mengindikasikan meningkatnya penjualan bebas obat-obatan palsu serta ilegal mencapai 10% (Nodia, 2013). Peredaran obat ilegal dibeberapa negara berkembang di prediksi oleh WHO mengalami peningkatan sebesar 20% - 30% untuk wilayah Afrika, Sebagian Asia Selatan dan Amerika latin, sedangkan peningkatan sebesar 10% - 20% untuk wilayah Asia lainnya (Rahmawati, 2017). Badan Kesehatan Inggris *The Medicines and Healthcare Products Regulatory Agency (MHRA)* yang mengatur produk sudah memperingatkan tentang peredaran obat online tidak ada jaminan keamanan, kualitas atau kemanjuran obat-obatan yang dibeli dengan cara online. Untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan dalam transaksi obat online di Inggris, semua apotek online harus mendaftar ke Dewan Farmasi Umum *General Pharmaceutical Council (GPhC)* untuk didaftar dan dibuatkan logo 'apotek terdaftar' (Alwon *et al.*, 2015).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat yang berkunjung di apotek wilayah Kabupaten Sleman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan data penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai November 2021. Subyek penelitian ini adalah 20 masyarakat yang berkunjung serta membeli obat di apotek wilayah Sleman Yogyakarta yang memenuhi kriteria *inklusi* dan *eksklusi*. Kriteria *inklusi* penelitian ini yaitu masyarakat yang berkunjung serta membeli obat di apotek, bersedia menjadi responden kuesioner, pernah melakukan pembelian obat secara daring serta dapat membaca menulis. Kriteria *eksklusi* pasien yang tidak bisa berkomunikasi dengan baik.

Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan pendekatan kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi secara langsung dan wawancara dengan beberapa narasumber/informan. Pelaksanaan penelitian diawali dengan *review* perundangan-undangan terkait peredaran obat secara daring. Tahap selanjutnya dilakukan penelitian kualitatif untuk mengkaji implementasi Peraturan BPOM No 8 tahun 2020 dengan cara mengeksplorasi peran masyarakat dalam peredaran obat daring melalui wawancara.

Hasil wawancara dianalisa secara tematik disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Interpretasi data dilakukan dengan mengidentifikasi faktor pendukung dan faktor penghambat, mempergunakan kerangka teori *Behavior Change Wheel* yang didalamnya memuat konstruk COM-B (*Capability, Opportunity, Motivation, Behavior*). Hasil penelitian dianalisis dengan bantuan *software NVIVO 11 Plus*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik masyarakat dijadikan responden disajikan pada tabel I yang mencakup jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 19 orang (95%). Berdasarkan usia, responden berumur antara 20-30 tahun sebanyak 15 orang (75%). Berdasarkan pekerjaan, paling banyak menjawab sebagai mahasiswi /mahasiswa sebanyak 15 orang (75%). Dari tabel mayoritas konsumen perempuan, berusia muda dan bekerja sebagai mahasiswi/mahasiswa yang mana mereka terbiasa menggunakan media sosial dan alat komunikasi untuk berkomunikasi maupun belanja secara daring.

Tabel I. Karakteristik Responden Konsumen

No	Karakteristik	Frekuensi	%
1.	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	1	5
	b. Perempuan	19	95
	Jumlah	20	100
2.	Usia		
	a. 20 – 30 tahun	15	75
	b. 31 – 40 tahun	4	20
	c. 41 – 50 tahun	1	5
	Jumlah	20	100
3.	Pekerjaan		
	a. Mahasiswi/Mahasiswa	15	75
	b. Pegawai Swasta	3	15
	c. Ibu rumah tangga	2	10
	Jumlah	20	100

Capability Konsumen

Hasil *capability konsumen* pada tabel II menunjukkan 19 konsumen (95%) menyatakan mengetahui adanya regulasi pelayanan kefarmasian secara daring, namun tidak mengetahui secara detail isi regulasi tersebut. Alasan utama konsumen membeli obat secara daring adalah karena kepraktisan, yang dinyatakan oleh 14 dari 20 responden (70%). Penggunaan pelayanan kefarmasian secara daring membutuhkan pengetahuan penggunaan aplikasi yang dinyatakan oleh 14 dari 20 konsumen (70%). Hasil analisis untuk *capability* konsumen dirangkum pada tabel II.

Tabel II. *Capability* Konsumen

<i>Capability</i>	Frekuensi	%
1. Pengetahuan mengenai regulasi obat daring	19	95
2. Pengetahuan tujuan regulasi	14	70
3. Alasan membeli obat daring		
a. Cepat	6	30
b. Metode pembayaran cashless	6	30
c. Praktis	14	70
4. Keterampilan yang dibutuhkan		
a. Mengetahui penyakit sendiri	7	35
b. Pengetahuan penggunaan aplikasi	14	70

Pada umumnya masyarakat belum mengetahui secara detail mengenai regulasi obat daring yang diatur dalam peraturan BPOM No 8 Tahun 2020 tentang pengawasan obat dan makanan yang diedarkan secara daring. Namun pengetahuan tujuan regulasi sudah banyak diketahui oleh masyarakat. Berikut adalah petikan wawancara konsumen 1:

“Supaya nggak disalahgunakan sama kita bisa dapet data obat yang valid”.

Alasan konsumen dalam melakukan pembelian obat secara daring di antaranya adalah karena kecepatan. Berikut adalah kutipan wawancara Konsumen 10:

“karena lebih cepat, terus kita aksesnya nggak perlu keluar ke apotek atau ke instansi terdekat. Ee.. terus sama ee.. Bisa bayarnya kan bisa cashless ya Pak ya modelnya sekarang”.

Alasan konsumen dalam membeli obat secara daring di antaranya adalah metode pembayaran yang *cashless* dan praktis karena tidak perlu ke luar rumah. Berikut adalah petikan wawancara Konsumen 11:

“Praktis, terus lebih hemat secara waktu karena nggak harus pergi ke apotek langsung”.

Keterampilan yang dibutuhkan oleh konsumen juga menjadi pertimbangan tersendiri dalam menggunakan layanan kefarmasian apotek secara daring adalah konsumen harus mengetahui penyakitnya sendiri dahulu sebelum memesan obat secara daring dan harus memiliki pengetahuan umum mengenai aplikasi yang digunakan. Berikut adalah petikan wawancara dengan Konsumen 4:

“harus tahu dulu penyakitnya sama dikonsultasikan ke petugas kesehatan atau tenaga kesehatan dulu sih pak sebelum kita pilih obatnya”

Opportunity Konsumen

Hasil *oportunity* konsumen pada tabel III menunjukkan bahwa sebagian besar responden konsumen mengakses layanan kefarmasian secara daring melalui aplikasi yang dinyatakan oleh 13 dari 20 konsumen (65%). Penggunaan pelayanan kefarmasian secara daring oleh konsumen didasari karena kemudahan yang mereka rasakan, hal ini dinyatakan oleh 17 dari 20 konsumen (85%).

Berdasarkan hasil wawancara yang di dapat dalam penelitian tentang implementasi peraturan BPOM Nomor 8 tahun 2020 dalam praktek pelayanan kefarmasian di apotek terkait *oportunity* konsumen dirangkum dalam tabel III.

Tabel III. *Opportunity* konsumen

Opportunity	Frekuensi	%
1. Cara akses pelayanan daring		
a. Langsung menghubungi apotek	7	35
b. Melalui aplikasi	13	65
2. Kemudahan penggunaan pelayanan obat daring		
a. Hanya obat bebas	10	50
b. Mudah	17	85

Cara konsumen dalam mengakses pelayanan secara daring ada yang melalui aplikasi dan ada yang langsung menghubungi apotek. Berikut adalah petikan wawancara dengan Konsumen 12:

“bisa lewat aplikasi langsung. Jadi kemarin kalau yang lewat halodoc ya berarti aplikasinya di halodoc. Kalau beberapa ada apotek yang memang mempunyai website yang bisa untuk di akses online seperti K-24, ataupun seperti kimia farma itu dia bisa melayani online-nya itu semacam deliveri sih, tapi sama aja online kan karena kita pesennya dari jarak jauh”

Kemudahan penggunaan pelayanan obat secara daring hanya melayani obat bebas saja. Berikut adalah petikan wawancara dengan Konsumen 9:

“obat – obat bebas, kemudian obat bebas terbatas, obat keras beberapa bisa dilayani melalui online tapi ada tertentu yang tidak bisa karena mengharuskan untuk menggunakan resep dokter”

Kemudahan penggunaan pelayanan obat secara daring disepakati oleh semua konsumen. Berikut adalah petikan wawancara dengan Konsumen 13:

“Kemudahannya ya bisa diakses siapa saja sama di daerah mana saja ya, asal akses internetnya bagus”

Motivation Konsumen

Motivation konssumen pada tabel IV menunjukkan bahwa motivasi utama konsumen dalam membeli obat secara daring adalah praktis, yang dinyatakan oleh 10 dari 20 konsumen (50%). Sebagian besar

konsumen menyatakan bahwa keuntungan pembelian obat secara daring adalah hemat waktu dan tenaga, hal ini dinyatakan oleh 14 dari 20 konsumen (70%). Sedangkan kerugian yang konsumen rasakan saat membeli obat secara daring adalah harganya menjadi lebih mahal, hal ini dinyatakan oleh 7 dari 20 konsumen (35%). Hasil analisis untuk motivation konsumen dirangkum dalam tabel IV.

Tabel IV. *Motivation* Konsumen

<i>Motivation</i>	Frekuensi	%
1. Hal-hal yang memotivasi membeli obat daring		
a. Efisiensi waktu	7	35
b. Praktis	10	50
c. Tidak perlu datang ke apotek	3	15
2. Keuntungan pembelian obat daring		
a. Dapat dilakukan kapan dan di mana saja	6	30
b. Hemat waktu dan tenaga	14	70
c. Mengurangi kontak dengan orang lain	6	30
d. Tidak perlu ke luar rumah	7	35
3. Kerugian pembelian obat daring		
a. Harga lebih mahal	7	35
b. Salah obat	6	30

Dapat diketahui bahwa hal-hal yang memotivasi membeli obat secara daring di antaranya adalah efisiensi waktu, kepraktisan dan tidak perlu datang ke apotek. Berikut adalah kutipan wawancara dengan Konsumen 14:

“Tadi sih lebih ke apah praktis tadi sih. Terus bisa diambil dengan pekerjaan yang lain kan. Sambil nunggu obat datang, sambil mengerjakan pekerjaan yang lain juga”

Keuntungan pembelian obat secara daring di antaranya adalah dapat dilakukan kapan dan di mana saja. Berikut adalah kutipan wawancara Konsumen 15:

“karena pandemi mengurangi papasan langsung sama tenaga, sama itu tadi pembayarannya lebih mudah dan bisa dijangkau dimanapun kita berada”

Keuntungan lain dari pembelian obat secara daring hemat waktu dan tenaga karena tidak perlu ke luar rumah, mengurangi kontak dengan orang lain, dan dapat dilakukan di mana saja sebagaimana kutipan wawancara dengan Konsumen 11 sebagai berikut:

“Tidak perlu keluar rumah atau tidak perlu muter-muter ke apotek, jadi menghubungi apoteknya dahulu baru kalau sudah ada barangnya tinggal dikirimkan melalui ojol / online seperti itu Pak. Jadi cukup membantu, cukup mudah”

Kerugian pembelian obat secara daring yang dirasakan oleh konsumen adalah harga obat menjadi lebih mahal. Hal ini dapat diketahui dari kutipan wawancara Konsumen 10 sebagai berikut:

“Mungkin secara harga jauh lebih mahal karena ee ditambah dengan layanan biaya kirim. Biasa beberapa ada yang nambahkan biaya kirim”

Kerugian pembelian obat secara daring lainnya adalah salah obat karena tidak semua konsumen mengetahui kondisi penyakitnya dan obat yang sesuai. Berikut adalah kutipan wawancara dengan Konsumen 12:

“kerugiannya mungkin kalau kita kurang maksimal mencari apa, diagnosanya kita kurang tepat, mungkin bisa salah, takutnya salah obat”.

Projected Behavior konsumen

Projected behavior konsumen (tabel V) menunjukkan bahwa seluruh konsumen (100%) menyatakan akan terus melakukan pembelian secara daring. Harapan konsumen terhadap pelayanan obat secara daring ke depan adalah adanya edukasi terhadap masyarakat mengenai tata cara dan regulasi yang berlaku dalam pelayanan kefarmasian secara daring, hal ini dinyatakan oleh 16 dari 20 konsumen (80%). Hasil analisis untuk *projected behaviour* konsumen dapat dirangkum dalam tabel V.

Semua konsumen berpendapat berkaitan dengan kontinuitas pembelian obat secara daring bahwa mereka akan terus melakukannya. Berikut ini petikan wawancara Konsumen 1:

“mungkin nanti, mungkin bisa jadi akan online terus Pak. Apalagi mengingat ini pandemi”

Berkaitan dengan kontinuitas pembelian obat secara daring konsumen berpendapat perlunya peraturan khusus yang lebih detail. Berikut adalah kutipan wawancara dengan Konsumen 1:

“diperlukan karena nggak semua obat bisa kita dapatkan, terutama untuk obat-obat keras, atau obat psikotropik, atau obat narkotik”

Harapan terhadap pelayanan obat daring oleh konsumen adalah perlunya edukasi terhadap masyarakat. Hal ini dapat diketahui dari kutipan wawancara dengan Konsumen 10 sebagai berikut:

“Oh kalau misalkan harapannya ya berarti balik lagi ke tadi sih, harus ada regulasi yang mengatur. Kemudian dari.. dari.. pihak ee.. yang melakukan.. merchant-nya tadi, penjual obat online-nya tadi itu bisa memberikan edukasi yang cukup meskipun pasien mendapatkan produknya secara online.”

Harapan lain terhadap pelayanan obat secara daring oleh konsumen adalah mempermudah distribusi obat sampai ke tangan konsumen. Berikut adalah kutipan wawancara Konsumen 11:

“Semoga di era industri ini ee lebih mempermudah untuk pendistribusian obat sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan tetap sesuai dengan aturan pemerintah”

Tabel V. Projected Behaviour Konsumen

<i>Projected Behavior</i>	Frekuensi	%
1. Kontinuitas pembelian obat daring		
a. Akan terus melakukan	20	100
b. Perlu peraturan khusus	20	100
2. Harapan terhadap pelayanan obat daring		
a. Edukasi terhadap masyarakat	16	80
b. Mempermudah distribusi obat	7	35
c. Penerapan regulasi yang ketat	10	50

Peredaran obat dan makanan secara daring adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan penyaluran dan/atau penyerahan obat, obat tradisional, suplemen kesehatan, kosmetika, dan pangan olahan dengan menggunakan media transaksi elektronik dalam rangka perdagangan (BPOM, 2020). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) nomor 8 tahun 2020 tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang diedarkan secara daring dikeluarkan didasari oleh perkembangan teknologi informasi dan kebutuhan masyarakat terhadap obat dan makanan secara cepat dan tepat sasaran telah memberikan dampak perubahan terhadap kegiatan peredaran obat dan makanan berupa peredaran obat dan makanan yang dilaksanakan secara daring.

Selain itu didasarkan pula untuk melindungi masyarakat dari risiko obat dan makanan yang tidak aman, berkhasiat/bermanfaat, dan bermutu/ bergizi yang diedarkan secara daring, perlu dilaksanakan pengawasan terhadap peredaran obat dan makanan secara daring. Aturan ini dilandasi oleh ketentuan Pasal 35 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dan ketentuan Pasal 2 Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan, Badan Pengawas Obat dan Makanan mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pemerintahan di bidang pengawasan obat dan makanan, termasuk peredaran obat dan makanan yang diedarkan secara daring.

Hasil penelitian mengenai implementasi peraturan BPOM Nomor 8 Tahun 2020 dalam praktek pelayanan kefarmasian di apotek pada masyarakat dalam peredaran obat keras secara daring. Dengan jalan mencari faktor pendukung dan faktor penghambat yang akan digali dengan bantuan wawancara mempergunakan kerangka teori *Behavior Change Wheel* yang didalamnya memuat konstruk COM-B menunjukkan bahwa implementasi peraturan BPOM Nomor 8 Tahun 2020 dapat dilihat dari sisi konsumen

Analisis *capability* konsumen menunjukkan bahwa walaupun secara detail konsumen tidak mengetahui mengenai regulasi pelayanan kefarmasian secara daring, namun sebagian besar konsumen menyatakan mengetahui adanya regulasi pelayanan kefarmasian secara daring. Alasan utama konsumen membeli obat secara daring adalah karena kepraktisan. Namun menurut konsumen, penggunaan pelayanan kefarmasian secara daring membutuhkan pengetahuan penggunaan aplikasi melalui gawai mereka.

Opportunity yang dirasakan oleh konsumen sebagian besar responden konsumen menyatakan bahwa mereka mengakses layanan kefarmasian secara daring melalui aplikasi. Hal ini dikarenakan penggunaan pelayanan kefarmasian secara daring oleh konsumen didasari karena kemudahan yang mereka rasakan. Namun sebenarnya aplikasi secara daring hanya dimiliki oleh apotek jejaring saja, sedangkan apotek perorangan banyak yang belum memiliki.

Motivasi utama konsumen dalam membeli obat secara daring adalah praktis karena dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui gawai mereka. Sebagian besar konsumen menyatakan bahwa keuntungan pembelian obat secara daring adalah hemat waktu dan tenaga karena mereka tidak perlu ke luar rumah atau pergi ke apotek secara langsung. Sedangkan kerugian yang konsumen rasakan saat membeli obat secara daring adalah harganya menjadi lebih mahal dikarenakan adanya pembebanan biaya pelaksanaan pelayanan kefarmasian secara daring kepada harga jual produk.

Projected behaviour konsumen dapat dilihat dari keinginan seluruh konsumen untuk terus melakukan pembelian secara daring di masa yang akan datang bahkan jika pandemi Covid 19 sudah tidak ada lagi mereka tetap akan membeli obat secara daring. Harapan konsumen terhadap pelayanan obat daring ke depan adalah adanya edukasi terhadap masyarakat mengenai tata cara dan regulasi yang berlaku dalam pelayanan kefarmasian secara daring, hal ini dilakukan agar konsumen dapat melakukan self medikasi dan tidak salah dalam memilih obat.

KESIMPULAN

Implementasi peraturan BPOM Nomor 8 tahun 2020 dalam praktek pelayanan kefarmasian di apotek pada umumnya masyarakat tidak mengetahui adanya regulasi mengenai peredaran obat secara daring dengan mendetail namun paham akan tujuan regulasi. Seluruh konsumen menyatakan kemudahan penggunaan pelayanan obat daring walau hanya obat bebas dan bebas terbatas saja yang boleh dibeli secara daring. Pembelian obat daring dapat dilakukan kapan dan di mana saja, hemat waktu dan tenaga, mengurangi kontak dengan orang lain dan konsumen tidak perlu ke luar rumah. Konsumen berharap adanya edukasi penerapan pembelian obat secara daring yang sesuai dengan peraturan berlaku.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Sanata Dharma yang telah mendukung pendanaan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Alfannurzhaid M., Turisno B.E., dan Suharto R. 2016. Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Obat Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online di Indonesia. 5(3): 1–12.
- Alwon, B.M., Solomon G., Hussain F., and Wright D.J. 2015. A detailed analysis of online pharmacy characteristics to inform safe usage by patients, *International Journal of Clinical Pharmacy*. doi: 10.1007/s11096-014-0056-1.
- Amelia, N. 2018. Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kecantikan Yang Diperdagangkan Secara Online Terkait Dengan Obat Pelangsing (Suatu Penelitian di Kota Banda Aceh), 2(3), pp. 629–638.
- Alfannurzhaid M., Turisno B.E., dan Suharto R. 2016. Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Obat Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online di Indonesia. 5(3): 1–12.
- Alwon, B.M., Solomon G., Hussain F., and Wright D.J. 2015. A detailed analysis of online pharmacy characteristics to inform safe usage by patients, *International Journal of Clinical Pharmacy*. doi: 10.1007/s11096-014-0056-1.
- Amelia, N. 2018. Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kecantikan Yang Diperdagangkan Secara Online Terkait Dengan Obat Pelangsing (Suatu Penelitian di Kota Banda Aceh), 2(3), pp. 629–638.
- BPOM. 2020. Peraturan BPOM Nomor 8 Tahun 2020 tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang Diedarkan secara Daring, Badan Pengawas Obat dan Makanan, pp. 1–26.
- Basuki U. dan Kalijaga, U. I. N. S. 2020. Merunut Konstitusionalisme Hak Atas Pelayanan Kesehatan Sebagai Hak Asasi Manusia, I(01)
- Hijawati. 2020. Peredaran Obat Ilegal di Tinjau dari Hukum Perlindungan Konsumen, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 18.
- Nodia, F. P. 2013. Waspada peredaran obat palsu di internet, <https://www.beritasatu.com/kesehatan/134256/waspada-peredaran-obat-palsu-dan-ilegal-di-internet>.
- Rahmawati T. 2017. Kerjasama Interpol dan BPOM dalam Menangani Peredaran obat-obatan Ilegal di Indonesia, Universitas Pasundan Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
- Republik Indonesia. 2006. Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 189/MENKES/SK/III/2006 tentang Kebijakan Obat Nasional, Hukor Kemenkes RI.