



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

Laporan



Global



Juni 2026

Memahami Kantung Nikotin:

Bukti Terkini dan Aktifitas Industri



Ringkasan Utama

- Perusahaan Rokok Transnasional (TTC) mempromosikan kantung nikotin secara agresif, kerap kali dengan mengedepankan aneka rasa, kemudahan dan kepraktisan konsumsi.
- Tingkat konsumsi tumbuh pesat, terutama di kalangan anak muda.
- Pada tahun 2025, diperkirakan 34 milyar kantung nikotin terjual, meningkat 660% dibandingkan tahun 2020.
- Hingga 2027, diperkirakan pasar kantung nikotin akan bernilai 15.99 milyar dolar AS.
- Kantung nikotin tidak berisi tembakau dan oleh sebab itu mungkin tidak tercakup dalam regulasi pengendalian tembakau. TTC memanfaatkan ambiguitas kantung nikotin untuk memperluas pasar dengan cepat.
- Kantung nikotin belum terbukti efektif menjadi alat bantu henti rokok dan dampak kesehatan jangka panjangnya tidak diketahui.
- Pemerintah harus meletakkan prioritas untuk mencegah anak muda mengenal nikotin, dan menolak upaya industri mempengaruhi regulasi.

Perusahaan rokok menjual produk adiktif baru: kantung nikotin. Jika dibiarkan tanpa regulasi, promosi agresif industri akan memicu gelombang baru adiksi dan dampak buruk akibat nikotin, padahal dunia saat ini masih terus berjuang mengatasi dampak epidemi rokok konvensional dan rokok elektronik.

Definisi kantung nikotin?

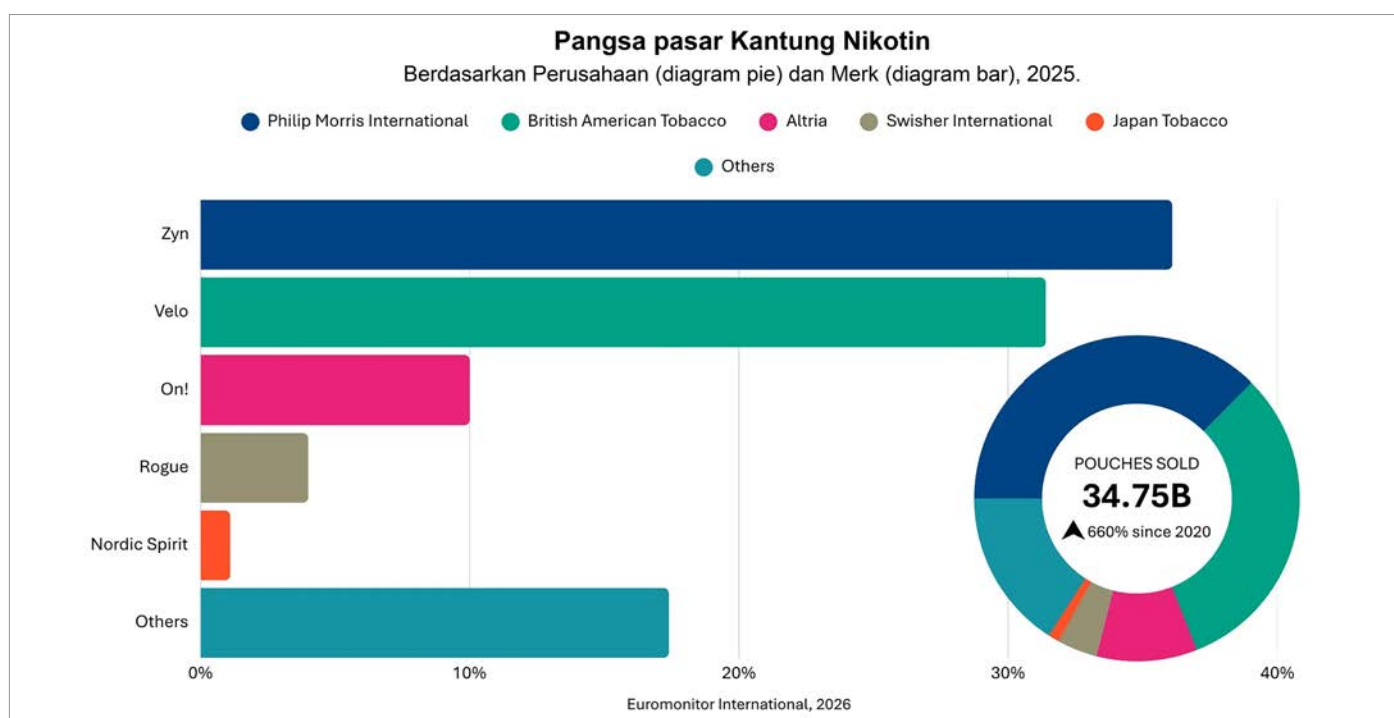
Kantung nikotin adalah kantung kecil yang diletakkan konsumen di antara bibir dan lidah. Kantung ini mengandung bubuk nikotin, aditif perisa, serat nabati seperti selulosa dan bahan lain.¹ Nikotin mungkin disarikan dari tembakau atau diproduksi secara sintetis.

Kantung nikotin mirip dengan snus atau tembakau hisap, yang populer di Swedia. Kedua produk tersebut sering disamakan, terutama karena kantung nikotin sering disebut “snus putih” di beberapa wilayah. Namun, snus berisi tembakau, sementara kantung nikotin tidak.

Sebagian merk ternama kantung nikotin dimiliki oleh perusahaan produsen rokok transnasional terbesar di dunia. Philip Morris International (PMI) dan British American Tobacco (BAT) masing-masing menguasai sekitar sepertiga pasar global kantung nikotin di tahun 2025, menurut Euromonitor.² Japan Tobacco International (JTI) dan Imperial Brands tampaknya hanya menguasai sekitar 1% atau kurang pangsa pasar di tahun 2025. Meskipun perusahaan rokok transnasional (TTC) masih meraup mayoritas keuntungan mereka dari rokok konvensional, turunnya tingkat konsumsi rokok mendorong mereka untuk memperluas portofolio produk untuk mengkompensasi kerugian, mempertahankan konsumen dan menangkap konsumen baru. TTC sering menyebut kantung nikotin sebagai “produk oral bebas asap” atau “nikotin oral modern.”

Banyak kantung nikotin berkadar lebih tinggi dari rokok

- Sebagian kantung nikotin dipasarkan sebagai produk dengan kadar kurang dari 2 miligram per kemasan, sementara produk lain mengklaim kadar hampir 50 miligram, atau lebih.³ Hampir semua perusahaan rokok menjual kantung nikotin dengan berbagai tingkat.
- Sebagai perbandingan, sebagian besar rokok mengandung antara 10 - 12 mg nikotin, dengan serapan selama konsumsi sekitar 1 - 2 miligram.⁴ Produk terapi pengganti nikotin yang disetujui untuk henti rokok, misalnya permen karet atau tablet nikotin, umumnya mengandung 2 - 4 miligram nikotin.⁵
- Riset menunjukkan bahwa kantung nikotin dengan kadar 4 miligram menghantarkan nikotin dengan kadar yang sama dengan rokok, sementara kantung berkadar 8 miligram ke atas menghantar nikotin jauh lebih banyak.⁶ Konsumsi nikotin akan semakin meningkat jika konsumen mengisap beberapa kantung sekaligus, yang dikenal dengan “stacking” (menumpuk) atau “multi-packing.”⁷
- Label pada kemasan kantung nikotin sering tidak jelas dan dapat menyesatkan. Pelabelan belum terstandar, sebagian kemasan menunjukkan kadar per kantung sementara yang lain menuliskan kadar per gram.⁸ Ini membuat konsumen kesulitan membandingkan kadar nikotin antar produk.



Nicotine pouch market company (pie chart) and brand (bar chart) shares, \$US, 2025. (Source: Tobacco Tactics. Available at: www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/)



Perusahaan rokok transnasional memacu peningkatan pasar

Infrastruktur produksi, distribusi, pemasaran dan penjualan Industri Raksasa yang luas, yang awalnya digunakan untuk menciptakan epidemi rokok, kemudian memicu epidemi rokok elektronik, sekarang dimanfaatkan pula untuk mengembangkan pasar kantung nikotin.

Terutama PMI dan BAT yang menginvestasikan sumberdaya signifikan untuk memperluas pasar.

- BAT menyatakan berinvestasi sejumlah 40 milyar dolar AS untuk manufaktur kantung nikotin di Pakistan di tahun 2020.²⁵
- Di tahun 2024, PMI menyatakan akan menginvestasikan lebih dari 800 juta dolar AS untuk pabrik Zyn di seluruh Amerika Serikat.²⁶
- Tahun 2024, BAT mengatakan akan menginvestasikan 162 juta dolar AS untuk memperluas manufaktur produk bebas asap di pabrik Hungaria.²⁷
- PMI menyatakan berinvestasi 5 juta dolar AS untuk memperluas pasar kantung nikotin di Ukraina di 2025, dan berencana menambah 10 juta dolar AS lagi di tahun 2026, termasuk untuk meluncurkan varian baru produk Zyn.²⁸

Kantung nikotin adalah bagian dari strategi industri untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumsi nikotin.

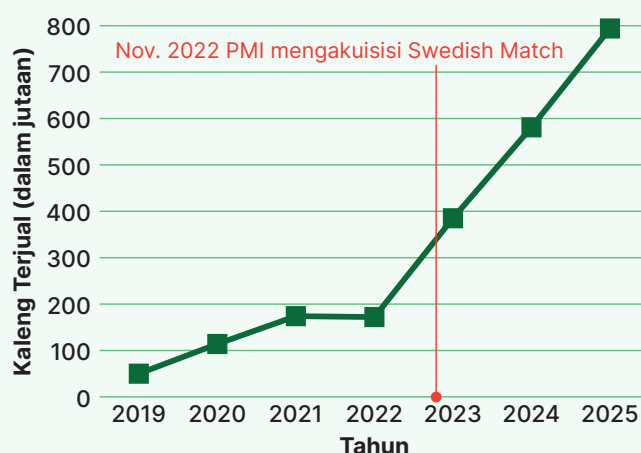
Jumlah anak muda yang memakai kantung nikotin di seluruh dunia bertambah dan pangsa pasar keseluruhan meningkat pesat.^{9, 10} Penjualan kantung nikotin berkadar lebih tinggi meningkat lebih cepat daripada kandungan rendah.¹¹ Meskipun penelitian di AS dan Inggris Raya menunjukkan bahwa sejauh ini sebagian besar kantung nikotin justru dipakai oleh orang yang sudah mengonsumsi produk tembakau atau nikotin, ada bukti bahwa orang yang belum pernah memakai nikotin juga mengkonsumsinya.^{12, 13}

Selama 2025, diperkirakan 34 milyar kantung terjual di seluruh dunia, meningkat 660% dari pada tahun 2020, menurut perusahaan riset pasar Euromonitor.¹⁴ Mereka memperkirakan nilai pasar global akan mencapai 15,99 milyar dolar AS di tahun 2027, dan 25 milyar dolar AS di tahun 2028.^{15, 16, 17} Di Amerika Serikat, yang merupakan pasar terbesar kantung nikotin saat ini, penjualan meningkat lebih dari 1.300% dari 2019 sampai 2025.¹⁸

Pada tahun 2023, pasar terbesar kantung nikotin adalah Amerika Serikat, Swedia, Denmark, Pakistan dan Austria.¹⁹ Pasar lain yang juga berkembang dengan cepat antara 2022 sampai 2023 antara lain Czech, Hungaria, Inggris Raya dan Uzbekistan.²⁰ Industri juga mulai menjual produk ini di berbagai negara pendapatan rendah dan menengah lain seperti Meksiko, Filipina dan Nigeria, dan sedang berinvestasi untuk mengembangkan pasar di Ukraina.^{21, 22, 23, 24}

Cara PMI Memacu Penjualan Zyn di AS

Ketika PMI membeli produsen Zyn yaitu Swedish Match di 2022, merk itu kebanyakan dijual di Swedia, AS, dan beberapa negara di Eropa. Di tahun 2025, PMI melaporkan ekspansi ke 56 pasar. Tahun 2026, PMI mulai mengiklankan Zyn pada tampilan mobil Ferrari di ajang F1, sebagai bagian dari sponsornya terhadap tim balap mobil, seperti yang dilakukan oleh rokok Marlboro di masa lalu.²⁹



Sources: Endnotes 30 - 36

Bagaimana industri berusaha memengaruhi regulasi kantung nikotin

Regulasi kantung nikotin bervariasi dari pelarangan total penjualan sampai tanpa pembatasan sama sekali. Di beberapa negara, kantung nikotin termasuk dalam wilayah abu-abu regulasi - tidak dilarang maupun diizinkan - karena tidak termasuk satu pun kategori produk yang ada sehingga tidak dimasukkan dalam regulasi yang ada. Kalaupun diregulasi, banyak negara mengkategorikan kantung nikotin sebagai produk terkait tembakau, sementara di negara lain produk tersebut dianggap sebagai produk makanan, farmasi atau produk terapi pengganti nikotin atau bahkan racun.^{30, 31}

TTC memanfaatkan ambiguitas ini untuk secara pesat meningkatkan pasar sebelum pemerintah menutup celah regulasi ini.

Industri dan para sekutunya menggunakan berbagai strategi untuk melobi regulasi yang lebih longgar, termasuk mengeluarkan ancaman dan insentif ekonomis, contohnya:

- Ancaman hilangnya lowongan pekerjaan dan penghentian operasional jika kantung nikotin dilarang³²
- Ancaman meluasnya pasar ilegal jika kantung nikotin diatur secara ketat atau dikenakan tarif pajak tinggi, narasi dukungan industri yang tidak didukung oleh riset independen³³
- Iming-iming investasi manufaktur dalam negeri jika kantung nikotin diloloskan regulasi³⁴

Untuk memengaruhi regulator, produsen kantung nikotin dan sekutunya juga mulai mengutip izin pemasaran Food and Drug Administration (FDA) Amerika Serikat di tahun 2025 atas produk Zyn di media sosial serta berbagai artikel.³⁵ Dalam keputusannya, FDA menyimpulkan bahwa kantung nikotin Zyn berpotensi untuk memberi manfaat bagi orang dewasa yang merokok dan/atau menggunakan produk tembakau tanpa asap lain, yang sepenuhnya beralih ke Zyn. FDA mencatat bahwa kantung nikotin tidak “disetujui oleh FDA” dan tidak pula disetujui sebagai alat henti rokok. Namun para pembela kantung nikotin di negara lain menggunakan izin FDA itu sebagai sinyal kredibilitas, untuk mendukung narasi pengurangan dampak buruk merokok dan mencitrakan Zyn sebagai produk “risiko rendah.”³⁶

Cara Industri Rokok mencitrakan kantung nikotin: “Mitra Rutinitas Harian”

TTC besar melancarkan narasi transformasi global sebagai upaya untuk merehabilitasi reputasi mereka. Dalam narasi ini, mereka berusaha mencitrakan bahwa perusahaan dan industri sudah berevolusi, meskipun aktivitas bisnis mereka justru menunjukkan sebaliknya.³⁷ Untuk mengalihkan perhatian dari trilyunan batang rokok yang terus diproduksi dan terjual setiap tahun, industri secara agresif mempromosikan produk non-rokok, termasuk kantung nikotin.

Laporan dari World Health Organization menemukan bahwa kantung nikotin dipasarkan secara tidak langsung sebagai produk untuk membantu orang mengurangi atau berhenti merokok, sebagai pendukung narasi industri tentang pengurangan dampak buruk, tetapi merk yang sama juga kerap dicitrakan sebagai produk gaya hidup, dan ditampilkan dalam konteks perjalanan, kuliner dan hiburan, bahkan sebagai penguat kinerja/olahraga.

PEMASARAN BERKEDOK ALAT BANTU HENTI ROKOK



Iklan yang secara tidak langsung menampilkan Zyn sebagai alat bantu henti rokok (Dari koleksi Stanford Research into Impact of Tobacco Advertising)



Iklan yang secara tidak langsung menampilkan Velo sebagai alat bantu henti rokok (Dari koleksi Stanford Research into the Impact of Tobacco Advertising)

PEMASARAN GAYA HIDUP



Iklan yang menampilkan Zyn sebagai produk gaya hidup (Dari koleksi Stanford Research into the Impact of Tobacco Advertising)



Iklan yang menampilkan Zyn sebagai produk gaya hidup (Dari koleksi Stanford Research into the Impact of Tobacco Advertising)

Ini adalah taktik bermain serupa yang digunakan industri untuk menjerat jutaan orang dengan rokok, dan menunjukkan bahwa industri berusaha menebar jala seluas mungkin untuk menjaring konsumen baru, termasuk anak muda dan non-perokok.

Tema “jangan lewatkan momen apapun” adalah pilar utama strategi pemasaran kantung nikotin, dan menggarisbawahi hal yang tampaknya menjadi tujuan utama industri: Menjadikan kantung nikotin “mitra keseharian” (slogan Velo). Dengan pencitraan kantung nikotin sebagai jalan pintas di lingkungan bebas rokok atau rokok elektronik, jelas bahwa tujuan mereka bukanlah mengurangi konsumsi rokok konvensional maupun rokok elektronik. Justru meningkatkan konsumsi nikotin, apapun jenis produknya.



38

Cuplikan presentasi BAT kepada investor di Konferensi Consumer Analyst Group of New York



Daya tarik bagi demografis yang lebih muda

Produsen kantung nikotin menggunakan taktik yang sudah terbukti membuat produk tersebut menarik bagi anak muda:

PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: TTC sangat mengandalkan media sosial untuk memasarkan kantung nikotin, yang membantu mereka menjangkau kalangan lebih muda. Di Amerika Serikat, hampir semua iklan kantung nikotin diunggah di akun media sosial merk terkait.³⁹ Baik BAT, PMI maupun JTI memanfaatkan influencer media sosial dengan rentang jumlah pengikut 24.000 sampai 12 juta untuk mempromosikan kantung nikotin.⁴⁰

Baik saat dicitrakan sebagai peningkat kinerja, alat bantu rileksasi, produk gaya hidup, maupun alat bantu henti rokok, kantung nikotin hampir selalu digambarkan sebagai produk yang praktis.⁴¹ Kepraktisan inilah yang menjadi daya tarik bagi anak muda, dan memungkinkan mereka untuk mengonsumsi kantung nikotin secara diam-diam di sekolah, atau dalam bus dan lingkungan lain di mana merokok atau mengisap rokok elektronik dilarang.⁴²

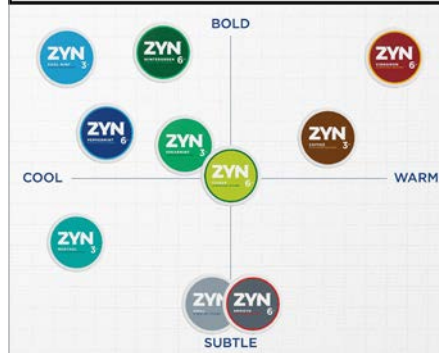
Serupa dengan iklan rokok, kantung nikotin diasosiasikan dengan pertemanan, gaya hidup aktif, romansa, dan kesuksesan.⁴³ Temuan di Pakistan menunjukkan bahwa pemasaran semacam ini berhasil. Kelompok diskusi beranggotakan pemuda berusia 10-16 tahun mengungkapkan bahwa banyak anak remaja menganggap merk Velo milik BAT adalah produk bergaya yang merupakan “kemewahan” modern.⁴⁴

Jangkauan global iklan digital ini meresahkan. Peneliti memperkirakan bahwa pemasaran media sosial Velo menjangkau lebih dari 10 juta remaja di bawah 18 tahun, dalam kurun waktu tahun 2018 sampai 2023. BAT dan PMI juga mensponsori tim balap McLaren dan Ferrari di ajang F1 untuk mempromosikan merk kantung nikotin kepada audiens F1 yang makin muda, di mana 34% nya berusia antara 16 -24 di tahun 2021.^{45, 46}

PENEKANAN PADA RASA: Pembubuhan aneka rasa sudah dikenal sebagai daya tarik bagi anak muda dan mempermudah mereka terjerat produk adiktif yang berdampak buruk.⁴⁷ Di A.S, diperkirakan 85% anak muda lebih suka menggunakan kantung nikotin aneka rasa dengan kandungan nikotin relatif tinggi antara 6 – 10 miligram.⁴⁸ Ini menimbulkan risiko memperparah adiksi nikotin, karena produk dengan rasa diasosiasikan dengan konsumsi ganda atau beberapa sekaligus.⁴⁹

Meskipun berisiko, TTC menawarkan belasan rasa dan mempromosikannya dengan gencar. Kantung nikotin terdapat dalam berbagai rasa antara lain mint (menthol), aneka buah, permen, kopi, rempah dan tembakau, serta berbagai rasa lain yang ambigu seperti “paan rush” (gairah), “blast” (ledakan), “frost” (kesejukan), “exotic black” (hitam eksotis), dan “urban vibe” (suasana kota).^{50, 51} Zyn juga menjual kantung nikotin dengan “mutiara” (butir kecil yang tertanam di kantung) yang diklaim perusahaan dapat mempercepat penyerapan nikotin dan meningkatkan rasa.⁵²

PERINGATAN: Produk ini mengandung nikotin.
Nikotin adalah zat kimia adiktif



PERINGATAN: Produk ini mengandung nikotin.
Nikotin adalah zat kimia adiktif



Iklan Zyn mempromosikan aneka rasa seperti Cool Mint, Wintergreen, Peppermint, Spearmint, Menthol, Citrus, Chill, Smooth, Coffee, Cinnamon, Spiced Cider, Mojito and Espresso Martini (Dari koleksi Stanford Research into the Impact of Tobacco Advertising)

TAKTIK RITEL: A Tidak adanya regulasi penjualan ritel, baik secara fisik maupun daring, risiko tinggi konsumsi oleh anak muda, karena ruang ritel adalah salah satu cara tercepat perusahaan rokok dan nikotin menjangkau konsumen segala usia.



India: Penelitian terhadap pasar kantung nikotin di India menemukan bahwa setidaknya 68 persen merk tersendiri dapat dibeli melalui penjualan langsung dari situs web dan platform pasar e-commerce pihak ketiga.⁵³ Jenama domestik dan internasional seperti Velo dan Zyn kebanyakan dijual melalui kanal daring.⁵⁴



Meksiko: Terdapat laporan kantung nikotin diletakkan secara menyolok di gerai ritel di dekat meja kasir dan di banyak toko berlokasi di dekat sekolah.⁵⁵



Pakistan: Dalam survei di 382 titik penjualan, 12,3% memiliki rak pajang untuk kantung nikotin.⁵⁶ Penelitian di Karachi menemukan bahwa 20% toko yang menjual kantung nikotin berada dalam radius 200 meter dari sekolah. Di 59% toko, kantung nikotin dipajang di sebelah permen, dan di 70% toko, kantung nikotin dipajang sejajar dengan mata anak-anak.⁵⁷ Dilaporkan pula penjualan melalui platform daring seperti FoodPanda.⁵⁸



Inggris Raya: Berbagai merk kantung nikotin termasuk Velo, Nordic Spirit dan Zyn, menawarkan sampel gratis kepada konsumen melalui toko daring, aneka acara, dan perwakilan yang membagikan produk di pusat keramaian.^{59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66}

Kantung nikotin tidak terbukti sebagai alat bantu henti rokok.

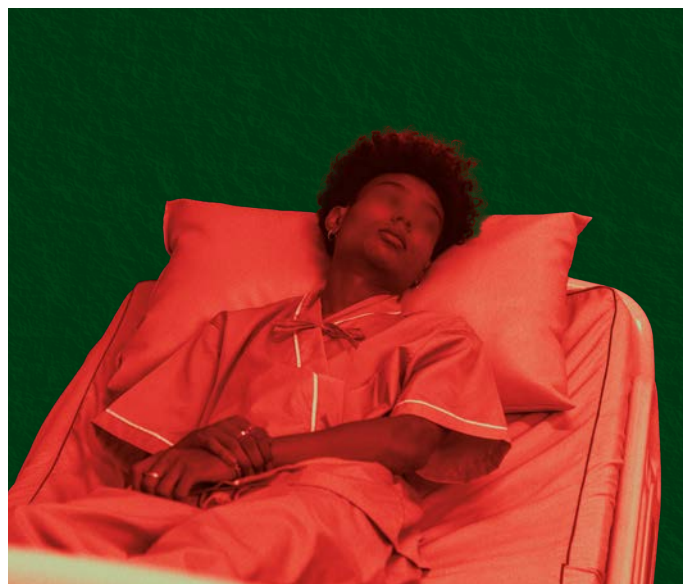
Saat ini, belum ada riset independen dengan cukup bukti bahwa kantung nikotin efektif membantu menghentikan konsumsi rokok atau nikotin.^{67, 68}

Konsumsi kantung nikotin bersamaan dengan produk tembakau atau nikotin lain (juga dikenal dengan konsumsi dual atau pemakaian ganda) merupakan masalah yang kian meningkat. Di A.S, lebih dari tiga dari empat anak muda dan dewasa muda yang memakai kantung nikotin juga memakai setidaknya satu produk tembakau lain.⁶⁹ Bahkan TTC pun mengakui peningkatan konsumsi ganda ini. CEO dari BAT mengatakan dalam presentasi investor di 2026 bahwa “kategori baru” pemakai ganda telah meningkat lima kali lipat selama lima tahun terakhir.⁷⁰

Selain itu, ada risiko bahwa kantung nikotin justru berfungsi sebagai pintu masuk konsumsi nikotin, bukan pintu keluar. Selain menyasar anak muda yang kecil kemungkinan adalah perokok, sebagian pemasaran kantung nikotin juga diarahkan kepada audiens yang nampaknya justru sadar kesehatan, yang lebih kecil kemungkinan mengonsumsi rokok, dengan menampilkan kantung nikotin sebagai peningkat kinerja kognitif dan fisik.^{72, 73} Peneliti menemukan contoh pemasaran silang antara kantung nikotin dan kantung kafein di India, dan penggambaran kantung nikotin dalam video sebagai suplemen kognitif yang setara dengan kafein di Meksiko.^{74, 75}

“Selama lima tahun terakhir, konsumsi ganda meningkat dua kali lipat dan **Kategori pemakai ganda meningkat lima kali lipat** karena konsumen memilih berbagai kategori untuk disesuaikan dengan suasana hati dan momen sepanjang hari. Penting diperhatikan bahwa **konsumen kategori ini menghasilkan pendapatan hampir dua kali lipat** dibandingkan pemakai tunggal Kategori Baru, mendorong 80% total pertumbuhan pendapatan di Kategori Baru. Dan dengan gencarnya pertumbuhan Kategori Baru, **konsumsi rerata harian juga meningkat**, seiring dengan diadopsinya produk menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari.

CEO British American Tobacco, Tadeu Marroco, dalam sebuah presentasi investor 2026 (teks tebal ditambahkan sebagai penekanan)⁷¹



Mengapa industri mungkin menginginkan konsumen beralih dari rokok elektronik ke kantung nikotin

Meskipun TTC tidak secara eksplisit memasarkan kantung nikotin sebagai alat bantu henti vape, dilaporkan bahwa konsumen memakainya untuk mengurangi atau berhenti merokok elektronik. Peralihan semacam ini mungkin merupakan kemenangan bagi TTC, namun bukan dalam hal kesehatan masyarakat, melainkan dari segi profit.

TTC hanya menguasai porsi kecil dari pasar global rokok elektronik. Namun mereka memimpin pasar kantung nikotin. Mengalihkan konsumen kepada merk kantung nikotin milik TTC dapat membantu perusahaan rokok meraih kembali konsumen yang sebelumnya beralih dari rokok konvensional ke rokok elektronik milik kompetitor non-TCC, sehingga profit mereka terlindungi. Kadar nikotin juga mungkin melampaui kadar nikotin dalam rokok elektronik, terutama di mana tidak ada regulasi kantung nikotin, sehingga meningkatkan adiksi dan menyulitkan konsumen untuk berhenti.

Kantung nikotin menimbulkan risiko jangka pendek, dan risiko jangka panjangnya belum diketahui.

Pajanan tembakau menimbulkan risiko kesehatan, terutama bagi anak muda. Nikotin dalam bentuk apapun dapat memberi pengaruh negatif terhadap otak remaja yang masih berkembang, termasuk dalam hal belajar, memori, dan fungsi eksekutif.⁷⁶

Risiko kesehatan jangka pendek yang spesifik terkait dengan kantung nikotin mulai ditemukan. Konsumsi kantung nikotin dikaitkan dengan penyakit gigi dan mulut, dan konsumsi rutin dikaitkan dengan sariawan gusi.^{77, 78} Salah satu penelitian menunjukkan bahwa respon toksikologi terbesar ditimbulkan oleh produk dengan rasa, terutama kantung nikotin rasa spearmint dan tembakau.⁷⁹

Peneliti juga mendeteksi nitrosamin (zat karsinogen yang terkandung dalam produk tembakau), kromium toksik dan formaldehida spesifik tembakau di sebagian merk produk tersebut.^{80, 81} Konsumsi bisa memakai nikotin dalam jumlah berbahaya, kadang tanpa sadar, ketika mengonsumsi kantung nikotin dengan konsentrasi sangat tinggi, atau mengonsumsi beberapa kantung sekaligus, seperti yang dilaporkan dilakukan para pelajar di Inggris Raya.⁸²

Karena kantung nikotin adalah produk yang relatif baru, tidak ada data yang cukup untuk menunjukkan efek kesehatan jangka panjang. Sementara industri mungkin menyalahartikan kurangnya data yang menunjukkan dampak buruk dengan “pengurangan dampak buruk,” sebenarnya potensi dampak buruk kesehatan jangka panjangnya masih belum diketahui. Tinjauan literatur terhadap 62 penelitian tentang kantung nikotin menyimpulkan bahwa sebagian besar data utama tentang kantung nikotin berasal dari penelitian yang didanai industri, dan bahwa riset independen “sangat mendesak.”⁸³

Rekomendasi

Kurangnya regulasi mempercepat adopsi kantung nikotin secara pesat yang didorong oleh TTC. Tanpa regulasi yang diperlukan, TTC dan produsen lain dapat memainkan semua taktik mereka untuk merekrut sebanyak mungkin pemakai.

Untuk menahan, dan di beberapa tempat, mencegah epidemi nikotin baru yang dapat menyaingi epidemi rokok elektronik saat ini, pemerintah harus bertindak sekarang.

Dimana kantung nikotin tidak dilarang sepenuhnya, pemerintah dapat melindungi anak muda dengan cara:



Meregulasi kemasan, antara lain: {ut} • menerapkan kemasan polos
• mensyaratkan peringatan kesehatan yang menonjol • menstandarkan label kadar nikotin

Meregulasi ruang ritel fisik dan daring, termasuk menerapkan pembatasan umur

Melarang semua iklan, promosi dan sponsor kantung nikotin

Menerapkan tarif pajak yang cukup tinggi untuk membatasi akses pemuda

Meluncurkan kampanye bertarget anak muda untuk mengedukasi tentang kantung nikotin

Membatasi konsentrasi nikotin

Melarang perisa dan aditif perisa yang beredar di pasaran

Mengantisipasi campur tangan kebijakan oleh perusahaan rokok dan nikotin dan persiapan untuk penolakan

Karena efek kesehatan jangka panjang masih belum diketahui, dan mengingat sejarah panjang industri rokok dalam mempromosikan produk berdampak buruk dengan mengorbankan kesehatan masyarakat, pemerintah harus melakukan pendekatan hati-hati terhadap kantung nikotin dan bersiap untuk melawan pengaruh industri.



Mengurangi dampak buruk atau memperkenalkan dampak buruk?

Karena tidak terbakar atau berisi tembakau, TTC dan sekutu mereka sering menggambarkan kantung nikotin sebagai alternatif merokok dengan lebih sedikit bahaya.⁸⁴ Namun, TTC yang motivasinya adalah profit dan bukan kesejahteraan masyarakat, mungkin menjangkau konsumen baru dan memperkenalkan dampak buruk baru.

TTC punya sejarah mengembangkan dan secara agresif mempromosikan aneka produk yang diklaim “lebih aman” dari apapun yang ada sebelumnya, meskipun mereka tahu bahwa kenyataannya tidak begitu. Industri sudah pernah melakukan hal ini dengan rokok “ringan” (light), “rendah tar” dan rokok berfilter. Sekian puluh tahun kemudian, mereka memasarkan rokok elektronik dan tembakau bebas asap sebagai produk “risiko rendah”, meskipun dampak buruk jangka panjangnya masih belum diketahui.⁸⁵ Bukti menunjukkan bahwa industri melakukan permainan yang sama dengan kantung nikotin.

Untuk mendukung narasi pengurangan dampak buruk, TTC mempromosikan representasi menyesatkan tentang apa yang disebut dengan “Swedish Experience” (Pengalaman Khas Swedia). Beberapa peneliti mengaitkan tingkat konsumsi rokok yang relatif rendah di Swedia dengan tingkat konsumsi snus yang tinggi di negara itu (snus adalah kantung berisi daun tembakau). Sebagian TTC dan sekutu mereka menggunakan argumen ini untuk mempromosikan konsumsi promosi nikotin.⁸⁶

Penyamaan snus dan kantung nikotin ini menyesatkan. Snus adalah produk yang berbeda dari kantung nikotin (yang belum ada di pasar sampai akhir 2010-an). Selain itu ahli kesehatan Swedia telah menjelaskan secara rinci bahwa sejarah Swedia dalam mengimplementasikan upaya pengendalian tembakau yang kuat berkorelasi dengan penurunan tingkat konsumsi rokok dan menyatakan bahwa “tidak ada dukungan statistik” terhadap klaim bahwa hal ini disebabkan snus.⁸⁷ Badan Kesehatan Masyarakat Swedia (The Public Health Agency) telah menyatakan kekhawatiran tentang meningkatnya konsumsi kantung nikotin dan rokok elektronik di kalangan anak muda dan mengusulkan agar kantung nikotin dimasukkan dalam upaya pencegahan rokok.⁸⁸

Tingkat konsumsi kantung nikotin yang meningkat pesat, dan kurangnya regulasi bersamaan dengan agresifnya pemasaran industri merupakan ancaman untuk menjaring konsumen baru dan meningkatkan adiksi nikotin pada orang lain. Dengan demikian, sementara perokok dewasa yang sepenuhnya beralih ke kantung nikotin mungkin mengalami penurunan paparan terhadap toksin tertentu, dalam prosesnya, dampak buruknya di level lingkungan tidak berkurang jika generasi baru dan naif konsumen nikotin terjerat produk berdampak buruk, yang efek jangka panjang efek kesehatannya masih belum diketahui.

Catatan Kaki

- ¹ Azzopardi D, Liu C, Murphy J. Chemical characterization of tobacco-free “modern” oral nicotine pouches and their position on the toxicant and risk continuums. *Drug Chem Toxicol* [Internet]. 2022;45(5):2246–54. Available from: <http://dx.doi.org/10.1080/01480545.2021.1925691>
- ² Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ³ Mallock N, Schulz T, Malke S, Dreijack N, Laux P, Luch A. Levels of nicotine and tobacco-specific nitrosamines in oral nicotine pouches. *Tob Control* [Internet]. 2024;33(2):193–9. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2022-057280>
- ⁴ Jewell T. How much nicotine is in a cigarette and other tobacco products? [Internet]. Healthline. Healthline Media; 2019. Available from: <https://www.healthline.com/health/how-much-nicotine-is-in-a-cigarette>
- ⁵ Wadgave U, Nagesh L. Nicotine replacement therapy: An overview. *Int J Health Sci (Qassim)* [Internet]. 2016;10(3):425–35. Available from: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5003586/>
- ⁶ Heshmati J, Bates EL, Shahen S, Visintini S, Quirouette E, Mullen K-A, et al. Nicotine pouch pharmacokinetics compared to smoked tobacco: A systematic review and meta-analysis. *Drug Alcohol Depend Rep* [Internet]. 2025;17(100389):100389. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.dadr.2025.100389>
- ⁷ Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ⁸ World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
- ⁹ Han D-H, Harlow AF, Miech RA, Bae D, Cho J, Dai HD, et al. Nicotine pouch and E-cigarette use and co-use among US youths in 2023 and 2024. *JAMA Netw Open* [Internet]. 2025;8(4):e256739. Available from: <http://dx.doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2025.6739>
- ¹⁰ CDC Foundation. Monitoring tobacco product use among youth and young adults in the U.S. TEEN+ Data Brief, Issue 2. 2025. Available from: <https://tobaccomonitoring.org/wp-content/uploads/2025/09/Tobacco-Epidemic-Evaluation-Network-Data-Brief-Issue-2.pdf>
- ¹¹ Truth Initiative. What is Zyn and what are oral nicotine pouches? 2026 Jan 7. Available from: <https://truthinitiative.org/research-resources/emerging-tobacco-products/what-zyn-and-what-are-oral-nicotine-pouches>
- ¹² East K, Tattan-Birch H, Taylor E. What are the characteristics of people who use nicotine pouches and what types of pouches are being used? Data from an online cross-sectional survey of UK adults. *PLoS One* [Internet]. 2025;20(10):e0332962. Available from: <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0332962>
- ¹³ Sun H, Tattan-Birch H, Oldham M, Cox S, Jackson SE. Oral nicotine pouch use among U.S. middle and high school students, 2021-2023 [Internet]. medRxiv. 2026. Available from: <http://dx.doi.org/10.64898/2026.01.28.26345040>
- ¹⁴ Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ¹⁵ Rossel S. The potential of pouches. *Tobacco Reporter* [Internet]. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2024/01/30/the-potential-of-pouches/>
- ¹⁶ C.Murray. Nicotine pouches prove a hit but come under increasing scrutiny. *The Financial Times* [Internet] 2024 Nov 5. Available from: <https://www.ft.com/content/8a4ab7c8-574c-4aa7-a8bb-7f6ef0d4b973>
- ¹⁷ Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ¹⁸ Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ¹⁹ Rossel S. The potential of pouches. *Tobacco Reporter* [Internet]. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2024/01/30/the-potential-of-pouches/>
- ²⁰ Campaign for Tobacco-Free Kids. Nicotine pouches. 2025 Oct 15. Available from: <https://www.tobaccofreekids.org/what-we-do/global/nicotine-pouches>
- ²¹ Campaign for Tobacco-Free Kids. Nicotine pouches. 2025 Oct 15. Available from: <https://www.tobaccofreekids.org/what-we-do/global/nicotine-pouches>
- ²² Donahue T. Nordic Spirit booming in Philippines. *Tobacco Asia*. 2025 Jul 15. Available from: <https://www.tobaccoasia.com/news/nordic-spirit-booming-in-philippines/>
- ²³ Akinseinde-Jayeoba K. CAPPa raises alarm as 781 nicotine, tobacco products flood Nigerian market. *Nigerian Tribune*. 2026 Feb 12. Available from: <https://tribuneonline.ng/cappa-raises-alarm-as-781-nicotine-tobacco-products-flood-nigerian-market/>
- ²⁴ PMI to double Zyn investment in Ukraine. *Tobacco Reporter*. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2026/04/08/pmi-to-double-zyn-investment-in-ukraine/>
- ²⁵ Vandermeulen J. Building a \$3trn economy: the case for supporting legitimate businesses. *Business Recorder*. 2025 Feb 20. Available from: <https://www.brecorder.com/news/40348991>
- ²⁶ Truth Initiative. Philip Morris International to invest over \$800 million to meet growing Zyn market . 2024 Sep 18. Available from: <https://truthinitiative.org/research-resources/emerging-tobacco-products/philip-morris-international-invest-over-800-million>
- ²⁷ Tobacco Insider. British American Tobacco: manufacturing. *Tobacco Insider*. 2026 Jan 15. Available from: <https://tobaccoinsider.com/british-american-tobacco-manufacturing/>
- ²⁸ PMI to double Zyn investment in Ukraine. *Tobacco Reporter*. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2026/04/08/pmi-to-double-zyn-investment-in-ukraine/>
- ²⁹ Tobacco Tactics. Nicotine pouches. 2026 Jun 2. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/nicotine-pouches/>
- ³⁰ Grilo, G, Carrington, D, Hartmuller, R, Albuquerque, B, Muggli, M, Welding, K. Global regulatory scenario for nicotine pouches. Institute for Global Tobacco Control, Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health and International Legal Consortium, Campaign for Tobacco Free Kids. October 6, 2025. Available

- from: https://www.globaltobaccocontrol.org/sites/default/files/2025-10/FINAL_Global%20Regulatory%20Scenario%20of%20Nicotine%20Pouches_07Oct2025.pdf
- 31 Duren M, Atella L, Welding K, Kennedy RD. Nicotine pouches: a summary of regulatory approaches across 67 countries. *Tob Control* [Internet]. 2023;tc-2022-057734. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2022-057734>
 - 32 Chapman M. BAT says it won't make nicotine pouches in Kenya amid over proposed health warnings [Internet]. *The Examination*. 2024 [cited 2026 June 2]. Available from: <https://www.theexamination.org/articles/bat-says-it-won-t-make-nicotine-pouches-in-kenya-amid-over-proposed-health-warnings>
 - 33 World Bank Group. Confronting illicit tobacco trade : a global review of country experiences (Vol. 1 of 2). WBG Global Tobacco Control Program. 2019 Jan 1. Available from: <http://documents.worldbank.org/curated/en/677451548260528135>
 - 34 Chapman M. BAT says it won't make nicotine pouches in Kenya amid over proposed health warnings [Internet]. *The Examination*. 2024 [cited 2026 June 2]. Available from: <https://www.theexamination.org/articles/bat-says-it-won-t-make-nicotine-pouches-in-kenya-amid-over-proposed-health-warnings>
 - 35 U.S. Food and Drug Administration. FDA authorizes marketing of 20 ZYN nicotine pouch products after extensive scientific review. 2025 Jan 16. Available from: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-authorizes-marketing-20-zyn-nicotine-pouch-products-after-extensive-scientific-review>
 - 36 STOP. Zyn's FDA authorization: a global marketing tool for the tobacco industry. 2026 June. Available at: <https://exposetobacco.org/resource/zyn-nicotine-pouches-fda/>
 - 37 Mehegan J, Gallagher A, Elmitwalli S, Edwards R, Gilmore A. Analysis of Philip Morris International's "aspirational" target for its 2025 cigarette shipments. *Tob Control* [Internet]. 2025;34(e1):e57–63. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2023-058511>
 - 38 British American Tobacco. Transforming & winning: CAGNY conference 2026. 2026 Feb 18. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/BAT_CAGNY_2026_Presentation.pdf
 - 39 Czaplicki L, Tfayli D, Spindle TR, Ibrahim M, Kennedy RD, Dowd A, et al. Content analysis of marketing features in US nicotine pouch ads from 2021 to 2023. *Tob Control* [Internet]. 2024;tc-2024-059010. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2024-059010>
 - 40 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
 - 41 Department of Health, Behavior and Society. "Discreet" and "convenient": how oral nicotine pouch ads appeal to the youth market. Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health. 2025 Apr 3. Available from: <https://publichealth.jhu.edu/2025/how-oral-nicotine-pouch-ads-appeal-to-the-youth-market>
 - 42 MacGregor A, Shields J, Hamid A, Holman E, Biggs H, Minty S, et al. "I'd rather have worse gums than worse lungs": Young people's views of nicotine pouches in the UK. *Addiction* [Internet]. 2025;(add.70214). Available from: <http://dx.doi.org/10.1111/add.70214>
 - 43 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
 - 44 Khan SA, Zahra FT, Farzeen M, Khan A, Siddiqi K, Bauld L, et al. The perceptions of nicotine pouches among adolescents in Pakistan: A qualitative study. *Nicotine Tob Res* [Internet]. 2026;28(6):950–5. Available from: <http://dx.doi.org/10.1093/ntr/ntaf223>
 - 45 STOP. Driving addiction: a race for future generations. Available from: <https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/Race-For-Future-Generations.pdf>
 - 46 STOP. Driving more addiction: Philip Morris International's reappearance on F1 cars marks 50 years of using F1 to sell addictive, harmful products. 2025 Dec 8. Available from: <https://exposetobacco.org/news/50-years-of-using-f1-to-sell-addiction/>
 - 47 Vogel EA, Tackett AP, Unger JB, Gonzalez MJ, Peraza N, Jafarzadeh NS, et al. Effects of flavour and modified risk claims on nicotine pouch perceptions and use intentions among young adults who use inhalable nicotine and tobacco products: a randomised controlled trial. *Tob Control* [Internet]. 2025;34(3):315–22. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2023-058382>
 - 48 Gonzalez LF, Friedman TC. Nicotine pouches: A wolf in sheep's clothing. *Tob Prev Cessat* [Internet]. 2026;12. Available from: <http://dx.doi.org/10.18332/tpc/211847>
 - 49 Ye D, Rahman I. Emerging oral nicotine products and periodontal diseases. *Int J Dent* [Internet]. 2023;2023:9437475. Available from: <http://dx.doi.org/10.1155/2023/9437475>
 - 50 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
 - 51 Cohen JE, Ibrahim M, Saraf S, Welding K, Luo W, McWhirter KJ, et al. Velo (BAT) buffet of oral nicotine pouches in Pakistan: varying brand variant levels of nicotine, menthol and other flavour chemicals. *Tob Control* [Internet]. 2025;tc-2024-059139. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2024-059139>
 - 52 World Health Organization. Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. Geneva: World Health Organization; 2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240114920>
 - 53 National Institute of Cancer Prevention and Research. Unmasking nicotine pouches in India: product availability

- and industry tactics. Ministry of Health and Family Welfare, Government of India. 2026 Jun. Available from: https://nicpr.org/wp-content/uploads/2026/06/FactSheet_on_NicAlert_Study_in_India.pdf
- 54 <https://pouched.in/>
- 55 Salud Justa. Alerta ciudadana sobre las bolsas de nicotina, la nueva estrategia de las tabacaleras (Citizen alert regarding nicotine pouches, the new strategy of tobacco companies). 2024 Sep 17. Available from: <https://saludjusta.mx/alerta-ciudadana-sobre-las-bolsas-de-nicotina-la-nueva-estrategia-de-las-tabacaleras/>
- 56 Farzeen M, Moodie C, Khan Z, Khan SA, Ansari S, Khan A, et al. The availability and marketing of nicotine pouches at tobacco-selling points-of-sale in Pakistan. *Nicotine Tob Res* [Internet]. 2026;28(2):292–7. Available from: <http://dx.doi.org/10.1093/ntr/ntaf069>
- 57 Akhlaque G, Siddiqui MMU, Iqbal R, Vancy AA, Khan JA, Naz S. Marketing strategies and consumer and sellers perception about oral nicotine pouches in Karachi, Pakistan. *Tob Use Insights* [Internet]. 2024;17:1179173X241308145. Available from: <http://dx.doi.org/10.1177/1179173X241308145>
- 58 Food Panda. Tobacco hub. Available from: <https://www.foodpanda.pk/shop/ct5f/tobacco-hub/category/6fdf5eb7-e084-423d-bd4b-49617ea056e3?srltid=AfmBOoo32r3FTkudCQKIK93msHYNqnG0AZpZ968VIENCEJ5THSWTrtxz>
- 59 Nicotine-pouches.org. Free nicotine pouch samples UK (2026 guide). 2025 Apr 6. Available from: <https://nicotine-pouches.org/nicotine-pouches-uk-free-sample>
- 60 Nordic Spirit UK. Claim a free sample. Available from: <https://nordicspirit.co.uk/free-sample>
- 61 Zyn UK. Try the world's no. 1 nicotine pouch brand* for free. Available from: <https://www.zyn.com/gb/en/try-zyn.html>
- 62 Velo UK. Free nicotine pouch sample. Available from: <https://www.velo.com/gb/en/free-can>
- 63 Das S. Influencers and freebies: Big Tobacco's push to sell nicotine pouches in UK. *The Guardian* [Internet]. 2023 July 30. Available from: <https://www.theguardian.com/business/2023/jul/30/influencers-and-freebies-big-tobaccos-push-to-sell-nicotine-pouches-in-uk>
- 64 Vesty H. Firm offering free samples in Manchester city centre responds after punters claim "it's a bit dodgy." *Manchester Evening News* [Internet]. 2026 Mar 25. Available from: <https://www.manchestereveningnews.co.uk/news/greater-manchester-news/caffeine-pouch-firm-denies-claims-33651500>
- 65 Clarke L. Tobacco firm Velo under fire for giveaways at Temple Meads station [Internet]. *Bristol Live*. 2025 Apr 29. Available from: <https://www.bristolpost.co.uk/news/bristol-news/tobacco-firm-velo-under-fire-10138564>
- 66 Pooran N. Crackdown on snus-style nicotine pouches in 'smokefree generation' law. *Independent* [Internet]. 2025 May 6. Available from: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/snus-illegal-vapes-smoking-law-b2745627.html>
- 67 Heshmati J, Shahan S, Bates EL, Visintini S, Quirouette E, Mullen K-A, et al. Nicotine pouches and clinical outcomes related to smoking cessation: A systematic review of randomized trials. *Addiction* [Internet]. 2025;(add.70193). Available from: <http://dx.doi.org/10.1111/add.70193>
- 68 Hartmann-Boyce J, Tattan-Birch H, Brown J, Shahab L, Goniewicz ML, Ma CL, et al. Oral nicotine pouches for cessation or reduction of use of other tobacco or nicotine products. *Cochrane Database Syst Rev* [Internet]. 2025;10(10):CD016220. Available from: <http://dx.doi.org/10.1002/14651858.CD016220.pub2>
- 69 CDC Foundation. Monitoring tobacco product use among youth and young adults in the U.S. TEEN+ Data Brief, Issue 2. 2025. Available from: <https://tobacomonitoring.org/wp-content/uploads/2025/09/Tobacco-Epidemic-Evaluation-Network-Data-Brief-Issue-2.pdf>
- 70 British American Tobacco. 2026 Consumer Analyst Grop of New York (CAGNY) Conference. 2026 Feb 18. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/BAT_CAGNY_2026_Prepared_Remarks.pdf
- 71 British American Tobacco. 2026 Consumer Analyst Grop of New York (CAGNY) Conference. 2026 Feb 18. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/BAT_CAGNY_2026_Prepared_Remarks.pdf
- 72 Tech offices offering nicotine pouches as workplace perk [Internet]. *Tobacco Reporter*; 2026. Available from: <https://tobaccoreporter.com/2026/03/06/tech-offices-offering-nicotine-pouches-as-workplace-perk/>
- 73 Foster T. The dangers of America's nicotine boom [Internet]. *Men's Health*. 2026 Jan 13. Available from: <https://www.menshealth.com/health/a69730176/nicotine-boom-dangers/>
- 74 National Institute of Cancer Prevention and Research. Unmasking nicotine pouches in India: product availability and industry tactics. Ministry of Health and Family Welfare, Government of India. 2026 Jun. Available from: https://nicpr.org/wp-content/uploads/2026/06/FactSheet_on_NicAlert_Study_in_India.pdf
- 75 Salud Justa Mx. Estrategias de posicionamiento y comercialización de bolsas de nicotina en México. 2026. Available from: https://saludjusta.mx/wp-content/uploads/Estrategias-de-posicionamiento-y-comercializacion-de-bolsas-de-nicotina-en-Mexico_SJMX.pdf
- 76 Castro EM, Lotfipour S, Leslie FM. Nicotine on the developing brain. *Pharmacol Res* [Internet]. 2023;190(106716):106716. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.phrs.2023.106716>
- 77 Ye D, Rahman I. Emerging oral nicotine products and periodontal diseases. *Int J Dent* [Internet]. 2023;2023:9437475. Available from: <http://dx.doi.org/10.1155/2023/9437475>
- 78 Miluna-Meldere S, Vanka SA, Skadins I, Kroica J, Sperga M, Rostoka D. Oral mucosal changes caused by nicotine pouches: case series. *Diagn Pathol* [Internet]. 2024;19(1):127. Available from: <http://dx.doi.org/10.1186/s13000-024-01549-3>

- ⁷⁹ Miluna-Meldere S, Vanka SA, Skadins I, Kroica J, Sperga M, Rostoka D. Oral mucosal changes caused by nicotine pouches: case series. *Diagn Pathol* [Internet]. 2024;19(1):127. Available from: <http://dx.doi.org/10.1186/s13000-024-01549-3>
- ⁸⁰ Mallock N, Schulz T, Malke S, Drejack N, Laux P, Luch A. Levels of nicotine and tobacco-specific nitrosamines in oral nicotine pouches. *Tob Control* [Internet]. 2024;33(2):193–9. Available from: <http://dx.doi.org/10.1136/tc-2022-057280>
- ⁸¹ Ye D, Rahman I. Emerging oral nicotine products and periodontal diseases. *Int J Dent* [Internet]. 2023;2023:9437475. Available from: <http://dx.doi.org/10.1155/2023/9437475>
- ⁸² Clegg R. The rising use of nicotine pouches snus - and risk to gums and teeth. *BBC* [Internet]. 2025 Jul 19. Available from: <https://www.bbc.com/news/articles/c9395ywg73o>
- ⁸³ Travis N, Warner KE, Goniewicz ML, Oh H, Ranganathan R, Meza R, et al. The potential impact of oral nicotine pouches on public health: A scoping review. *Nicotine Tob Res* [Internet]. 2025;27(4):598–610. Available from: <http://dx.doi.org/10.1093/ntr/ntae131>
- ⁸⁴ Reimann H, Berger M, Eckert E, Merches K, Börnke F. Beyond smoking: Risk assessment of nicotine in pouches. *Toxicol Rep* [Internet]. 2024;13(101779):101779. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.toxrep.2024.101779>
- ⁸⁵ STOP. Understanding heated tobacco products (HTPS): current issues and recent findings. 2025, apr 30. Available from: <https://exposetobacco.org/resource/understand-heated-tobacco-products/>
- ⁸⁶ Tobacco Tactics. The Swedish experience. 2026 Feb 25. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/the-swedish-experience/>
- ⁸⁷ Ermann LL, Klefbom L. Swedish tobacco policy: Key learnings to decrease smoking and challenges that still lie ahead. *Tob Prev Cessat* [Internet]. 2024;10. Available from: <http://dx.doi.org/10.18332/tpc/196350>
- ⁸⁸ The Public Health Agency of Sweden. Vägen till ett rökfritt Sverige (The road to a smoke-free Sweden). Available from: <https://www.folkhalsomyndigheten.se/vara-amnesomraden/andts/forebyggande-arbete-inom-andts/tobak-och-liknande-produkter/vagen-till-ett-rokfritt-sverige/>



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

Tentang STOP

STOP adalah pengawas industri tembakau global yang bermisi untuk mengungkap taktik industri rokok yang merugikan kesehatan masyarakat. Beranggotakan jejaring organisasi akademis dan kesehatan masyarakat, STOP meriset dan memantau industri rokok, berbagi wawasan untuk melawan taktik mereka serta mengekspos tipu daya mereka terhadap audiens global. STOP didanai oleh Bloomberg Philanthropies sebagai bagian dari [Bloomberg Initiative to Reduce Tobacco Use](#). Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi exposetobacco.org.