

## EDUKASI TERKAIT KEAMANAN KOSMETIK KEPADA MASYARAKAT

**Rachmawati, Putriana<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Farmasi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia

\* Corresponding Author : putriana.rachmawati@atmajaya.ac.id

### Abstrak

*Penggunaan kosmetik Indonesia mengalami peningkatan selama beberapa tahun terakhir. Peningkatan penggunaan kosmetik ini harus diikuti dengan perlindungan konsumen. Pemerintah melakukan perlindungan konsumen dengan dua tahapan, yaitu kontrol sebelum produk dipasarkan (pre market control) dengan mewajibkan pelaku usaha melakukan proses pendaftaran atau dikenal dengan proses notifikasi kosmetik. Selain itu, kontrol juga dilakukan setelah produk tersebut dipasarkan (post market control) melalui inspeksi secara berkala ke tempat produksi dan distribusi, melakukan pengambilan sampel, pengawasan dan pemberian edukasi bagi masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat untuk melakukan seleksi kosmetik yang aman dengan 5 cara, yaitu: memastikan kosmetik memiliki identitas sesuai regulasi, memastikan produk terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), memastikan tidak ada kandungan berbahaya pada kosmetik, menghindari kosmetik yang memberikan klaim berlebihan, memastikan ada label halal bagi konsumen muslim. Proses edukasi dilakukan melalui pemasangan poster dan memanfaatkan media sosial (WhatsApp dan Instagram) untuk jangkauan yang lebih luas. Hasil edukasi dievaluasi dan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran masyarakat untuk melakukan pengecekan kandungan kosmetik (4%) dan pengecekan pada website BPOM (93%).*

**Kata kunci:** Kosmetik, keamanan, poster

### Abstract

*The use of Indonesian cosmetics has increased in the last few years. The increased use of cosmetics must be followed by consumer protection. The government carries out protection through two stages, namely control before the product is marketed (pre-market control) with the notification processes and control after the product is marketed (post-market control) by conducting periodic inspections to the manufacturing site and distribution, sampling, monitoring, and providing education to the community. This activity aims to educate the cosmetics for selecting safe cosmetics in 5 ways: ensuring that cosmetics have an identity according to regulations, ensuring that products are registered to BPOM, ensuring there are no harmful ingredients in cosmetics, avoiding cosmetics that make exaggerated claims, ensuring that there is a halal label for Muslim consumers. The educational process is carried out by placing posters and social media (WhatsApp and Instagram) for a wider population target. The activity was evaluated and showed an increase in public awareness to check cosmetic content (4%) and check the BPOM website (93%).*

**Keywords:** Cosmetics, safety, poster

## Pendahuluan

Menurut Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (Perka BPOM), kosmetika dapat berupa bahan atau sediaan yang ditujukan untuk penggunaan bagian luar tubuh manusia. Bagian luar tubuh meliputi kulit bagian epidermis, rambut, bibir, kuku, dan organ genital bagian luar. Selain itu, membran mukosa mulut dan gigi masuk dalam ruang lingkup penggunaan kosmetik. Tujuan utama dari kosmetik ini adalah untuk membersihkan, mengubah penampilan (luar), memberikan aroma wangi, dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh yang berada pada kondisi baik (BPOM, 2003). Industri kosmetik di Indonesia meningkat secara signifikan, bahkan ketika masa pandemi. Pada tahun 2019, industri kosmetik meningkat sebesar 7% dan pada tahun 2021 meningkat 9,61%. Sebanyak 819 industri kosmetik terdaftar pada 2021 dan meningkat menjadi 913 per Juli 2022 (Hasibuan, 2022; Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2020). Peningkatan jumlah produsen ini tentunya seiring dengan permintaan kosmetik yang terus meningkat. Penggunaan kosmetik di Indonesia dapat dilihat dari pendapatan industri kosmetik yang berbanding lurus dengan penjualan dari sektor kosmetik di Indonesia. Pada tahun 2022, pendapatan sektor kosmetik diprediksi menyentuh angka Rp. 199 triliun. Pada tahun 2024 pendapatan sektor ini diprediksi akan tetap meningkat hingga menyentuh angka Rp. 135 triliun (Rachmawati, 2022; Statista Research Department, 2023). Kondisi pandemik pun tidak menurunkan pendapatan dari sektor ini sehingga dapat menjadi salah satu industri andalan (*pillar industry*) di Indonesia. Sektor kosmetik di Indonesia didominasi oleh perawatan kulit (*skin care*), kemudian secara berurutan diikuti oleh perawatan rambut (*hair care*), kosmetik dekoratif, kebersihan tubuh (*personal hygiene*), kebersihan mulut, dan parfum (Alvina, 2020). Selain kosmetik lokal (produksi dalam negeri), kosmetik impor juga cukup banyak beredar di pasar Indonesia. Tidak dipungkiri bahwa dengan jumlah populasi sebanyak 270 juta jiwa per 2023, negara Indonesia menjadi potensi pasar yang menjanjikan (Badan Pusat Statistik, 2023).

Perkembangan kosmetik di Indonesia cukup pesat. Hal ini didukung dengan perubahan gaya hidup masyarakat, meningkatnya penggunaan media sosial dan proporsi penduduk pada usia muda yang relatif tinggi (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2020). Faktor permintaan kosmetik tidak terlepas dari peran teknologi yang memudahkan untuk setiap manusia dalam mendapatkan informasi mengenai produk kosmetik. Beberapa faktor yang memengaruhi seseorang dalam membeli kosmetik adalah konten persuasif yang banyak disebarluaskan melalui *platform online* oleh *video bloggers* atau *beauty enthusiasts*. Selain konten itu sendiri, faktor kredibilitas dari seseorang yang memberikan informasi menjadi faktor signifikan. Dalam hal ini kredibilitas cenderung dikaitkan dengan popularitas dan pengalaman seseorang dalam menggunakan kosmetik. Maka dari itu, istilah *endorsement* menjadi hal yang lumrah ditemui dalam penjualan suatu produk (Putri & Wandebori, 2016; Septiani, 2021).

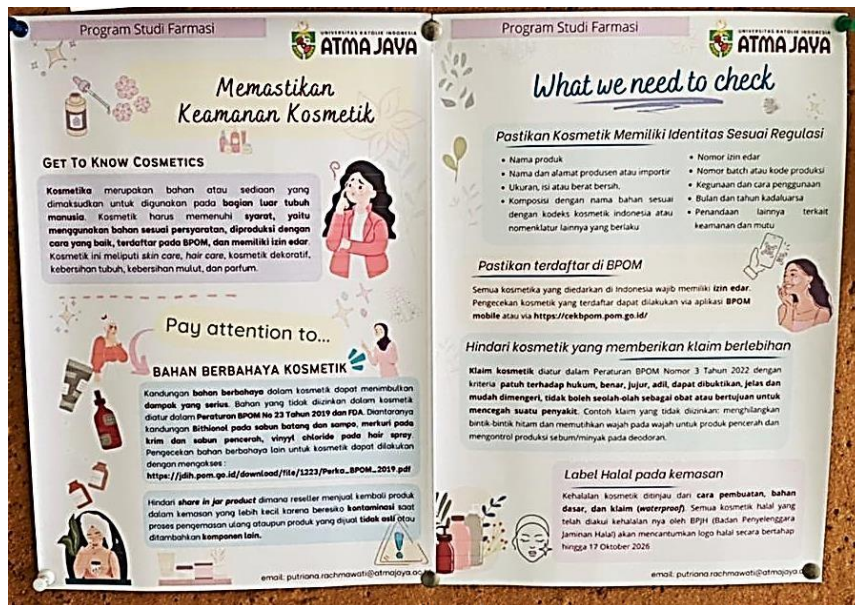
Tingginya penggunaan kosmetik oleh masyarakat harus diimbangi dengan pengetahuan terkait seleksi kosmetik yang baik. Pada prinsipnya, kosmetik harus memenuhi tiga hal, yaitu keamanan, kemanfaatan, dan mutu (BPOM, 2003). Suatu kosmetik, baik yang diproduksi dan/atau yang diedarkan di Indonesia harus memenuhi beberapa persyaratan melingkupi penggunaan bahan baku yang sesuai dengan standar dan persyaratan mutu serta persyaratan

lain yang ditetapkan. Selain standar, proses produksi kosmetik harus dilakukan berdasarkan cara pembuatan kosmetik yang baik, dan produk tersebut harus terdaftar serta mendapat izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Sampai saat ini masih banyak beredar kosmetik berbahaya, dibuktikan dengan adanya beberapa laporan terkait kosmetik ilegal di masyarakat (BPOM, 2022; BPOM, 2023). Pemerintah melakukan perlindungan konsumen dengan dua tahapan, yaitu kontrol sebelum produk dipasarkan (*pre market control*) dengan mewajibkan pelaku usaha melakukan proses pendaftaran atau dikenal dengan notifikasi kosmetik. Perlindungan oleh pemerintah juga dilakukan setelah produk tersebut dipasarkan (*post market control*) melalui inspeksi secara berkala ke tempat produksi dan distribusi, melakukan pengambilan sampel, pengawasan dan pemberian edukasi bagi masyarakat. Selain pemerintah, konsumen itu sendiri bertanggungjawab atas kesehatan dirinya dengan melakukan seleksi kosmetik. Karena peran konsumen itu sendiri cukup besar, maka proses edukasi pada konsumen perlu dilakukan untuk menghindari penggunaan kosmetik berbahaya. Proses edukasi ini melingkupi tahapan yang dapat dilakukan oleh masyarakat sebagai calon konsumen dalam melakukan proses seleksi kosmetik.

### **Metode Penyelesaian Masalah**

Materi edukasi berasal dari berbagai sumber seperti peraturan dan program pemerintah, serta literatur yang terkait. Proses edukasi dilakukan secara tidak langsung melalui penyebaran poster di lingkungan kampus Pluit Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya (gambar 1). Selain itu, pemanfaatan media sosial juga dilakukan dengan penyebaran informasi melalui *Instagram* (gambar 2) dan *WhatsApp*. Target dari edukasi ini adalah masyarakat secara umum karena tidak ada batasan dalam mengakses informasi tersebut melalui media sosial. Evaluasi dari keberhasilan edukasi dinilai melalui kuisisioner menggunakan media *google form* yang di sebarakan pada periode 12-18 Juli 2023.



Gambar 1. Poster pada Mading FKIK UAJ



20 likes

farmasi\_fkik\_uaj Sudahkah kosmetikmu aman?

Siapa sih yang tidak menggunakan kosmetik dalam kesehariannya? mulai dari sabun mandi sampai skin care dan make up termasuk dalam kategori kosmetik loh. Jadi sangat penting untuk memastikan kosmetik mu aman dengan mengikuti langkah langkah tersebut ya! ^^

designed by : @putrianarach @louisamargarett\_ @meylianameymey

Gambar 2. Postingan pada Instagram @farmasi\_fkik\_uaj



## Hasil dan Diskusi

### Identitas sesuai Regulasi

Dalam upaya perlindungan konsumen *pre-market*, BPOM menerapkan kewajiban notifikasi setiap kosmetik yang beredar di Indonesia agar memiliki nomor izin edar sebagai salah satu identitas kosmetik. Maka dari itu, konsumen harus memastikan bahwa kosmetik yang akan digunakan memiliki nomor izin edar. Pada etiket wadah dan atau pada bagian pembungkus kosmetik, produsen harus memuat beberapa informasi seperti nama produk, ukuran, isi atau berat bersih. Komposisi penyusun dari kosmetik tersebut juga harus dicantumkan dengan nama bahan sesuai dengan kode kosmetik Indonesia atau nomenklatur lain yang berlaku. Produsen atau importir kosmetik harus dicantumkan baik nama dan alamatnya. Kosmetik harus dilengkapi dengan nomor bets atau kode produksi serta nomor izin edar. Cara penggunaan kosmetik harus dicantumkan kecuali untuk produk yang sudah jelas penggunaannya dan kegunaan. Masa kadaluarsa kosmetik harus dicantumkan dengan format bulan dan tahun kadaluarsa bagi produk yang stabilitasnya kurang dari 30 bulan, dan penandaan lain yang berkaitan dengan keamanan dan atau mutu (BPOM, 2003).

Produk yang tidak memiliki atau mencantumkan identitas yang jelas sebaiknya hindari. Hal ini sering ditemui di *market place* dengan penjualan kosmetik *share in jar* dimana *reseller* menjual kembali produk dalam kemasan yang lebih kecil. Sebagai konsumen, kita patut waspada karena kosmetik ini mengandung beberapa risiko seperti kontaminasi saat proses pengemasan ulang ataupun produk yang dijual tidak asli atau ditambahkan komponen lain atau bahkan menggunakan produk yang kadaluarsa (Adrian, 2021).

### Izin edar

Seluruh kosmetika yang diperjualbelikan di wilayah Indonesia harus memiliki **izin edar berupa notifikasi** dari Kepala BPOM. Sekalipun produk tersebut diproduksi di luar wilayah Indonesia atau berasal dari industri skala kecil, produk tersebut harus didaftarkan terlebih dahulu untuk dapat beredar. Prosedur atau tata cara pengajuan notifikasi kosmetika tertuang dalam Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 12 tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika (Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan No. 12 Tahun 2020 Tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika, 2020). Untuk mengecek kosmetik yang terdaftar, konsumen dapat mengunduh aplikasi BPOM *mobile* atau masuk ke halaman <https://cekbpom.pom.go.id/>. Pengecekan izin edar dan identitas kosmetik ini sesuai dengan program pemerintah yang dapat dilakukan masyarakat agar terhindar dari kosmetik berbahaya melalui program Cek KLIK. Cek KLIK adalah suatu program dimana konsumen melakukan serangkaian proses berupa Cek Kemasan, Cek Label, Cek Izin Edar, dan Cek Kedaluarsa. Program ini telah diluncurkan pada 7 September 2019. Untuk pengecekan kemasan, secara umum konsumen diminta untuk mengecek apakah kemasan produk dalam kondisi baik, tidak berlubang, tanpa sobek, karatan ataupun penyok. Untuk cek label, konsumen diminta untuk membaca informasi produk yang tertera pada labelnya dengan baik. Dalam pengecekan izin edar, konsumen harus memeriksa suatu produk memiliki izin edar dari Badan POM. Produk Obat dan Makanan yang telah memiliki izin edar BPOM telah melalui proses evaluasi sehingga terjamin keamanan, mutu dan khasiat atau manfaatnya. Terakhir,

perlu dilakukan pengecekan tanggal kedaluwarsa yang tertera pada kemasan (BPOM, 2019; BPOM, 2023).

### Bahan Berbahaya pada Kosmetik

Berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan No 23 tahun 2019 tentang persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, terdapat bahan yang diizinkan dalam batas tertentu dan persyaratan penggunaan, bahan yang diizinkan sebagai pewarna, pengawet, bahan yang diperbolehkan sebagai tabir surya, dan bahan yang tidak diizinkan dalam kosmetik. Konsumen dapat melakukan pengecekan mandiri dengan melihat list yang terlampir pada persyaratan teknis bahan kosmetika (BPOM, 2019). Sedangkan *Food and Drug Administration* (FDA) melarang golongan bahan berikut untuk ada di kosmetik (USFDA, 2022).

**Tabel 1.** Golongan Bahan yang dilarang untuk Kosmetik berdasarkan FDA

Nama Bahan	Jenis Kosmetik
<i>Bithionol</i>	Sabun batang, shampo, krim dan <i>lotion</i> untuk memudahkan kemerahan
Merkuri	Krim dan sabun pencerah
<i>Vinyl chloride</i>	<i>Hairspray</i>
<i>Halogenated salicylanilide</i>	Sabun dan krim anti jerawat
<i>Zirconium complexes</i>	Aerosol <i>antiperspirant</i>
<i>Chloroform</i>	Pelarut dalam berbagai sediaan kosmetik
<i>Methylene chloride</i>	<i>Hairspray Chlorofluorocarbon</i>
<i>propellants</i>	Aerosol sebagai <i>propellants Hexachlorophene</i>
	Pengawet dalam berbagai kosmetik
<i>Ethyl methacrylate</i>	Ekstensi kuku

### Klaim Kosmetik

Konsumen seringkali terpengaruh oleh janji kosmetik yang berlebihan namun sebenarnya dilarang. Dalam penggunaan kosmetik, konsumen juga seringkali ingin mendapatkan hasil yang cepat (Pranoto, 2016). Maka dari itu, klaim kosmetik sebagai suatu komponen yang hanya dapat diaplikasikan di tubuh bagian luar perlu diatur. Pernyataan atau informasi terkait manfaat, keamanan, dan/atau pernyataan lain terkait kosmetika merupakan pengertian dari klaim (BPOM, 2020). Klaim pada label atau iklan kosmetik harus memenuhi kriteria patuh terhadap hukum, benar, jujur, adil, dapat dibuktikan, jelas dan mudah dipahami. Selain itu, mengacu pada pengertian terkait kosmetik, klaim kosmetik tidak diperbolehkan seolah-olah dapat sebagai obat atau bertujuan untuk mencegah suatu penyakit. Klaim yang tidak diizinkan tetapi sering kita temui antara lain menghilangkan bintik-bintik hitam dan memutihkan wajah pada wajah untuk produk pencerah, mengatasi peradangan akibat jerawat pada sediaan untuk kulit berjerawat dan mengontrol produksi sebum/minyak pada deodoran. Padahal, klaim tersebut tidak diizinkan berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika. Ketentuan klaim untuk peredaran kosmetik di Indonesia harus memenuhi ketentuan seperti dievaluasi dari keseluruhan kalimat, benar dan dapat dibuktikan,

objektif, tidak menjanjikan hasil mutlak seketika, tidak bertujuan untuk pengobatan, tidak mencantumkan pernyataan dari suatu organisasi, tidak menggunakan kata berlebihan, tidak menggambarkan atau menimbulkan kesan adanya anjuran, tidak memuat nama, logo, atau identitas lembaga atau kementerian, tidak menggunakan kata yang berlebihan, tidak menggunakan kata superlatif, tidak menggunakan kata 100%, murni, asli kecuali terbukti, tidak menggunakan kata satu-satunya, hanya dan cuma.

### Label Halal

Tidak dipungkiri bahwa negara Indonesia menjadi potensi pasar dengan klaim produk halal yang besar karena 87,2% dari total populasi Indonesia merupakan penduduk beragama Islam (Mastuki, 2020). Hal ini juga membuat Indonesia menjadi negara dengan penduduk beragama Islam terbanyak di dunia. Sebagai salah satu bentuk negara dalam perlindungan konsumen muslim, pemerintah membuat kewajiban bagi kosmetik yang beredar di Indonesia untuk memiliki sertifikat halal. Hal ini diatur dalam PP Nomor 39 Tahun 2021 Pasal 141 (Pemerintah Republik Indonesia, 2021). Negara Indonesia memiliki badan regulasi yang bertugas dalam menjamin suatu produk memenuhi kriteria halal, yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH akan mengeluarkan sertifikat halal dengan berdasar pada keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) terkait fatwa halal.

Sertifikat halal tidak dapat diberikan untuk kosmetik yang mengandung bahan yang diharamkan. Bahan yang diharamkan meliputi darah, bangkai, babi dan/atau bahan yang disembelih tidak sesuai dengan syariat Islam. Selain bahan yang berasal dari hewan, bahan yang berasal dari tumbuhan namun memiliki sifat memabukkan dan/atau membahayakan kesehatan, berasal dari mikroba atau suatu bahan yang mengalami proses kimiawi, biologi atau rekayasa genetik bilamana proses pertumbuhan dan/atau pembuatan bahan tersebut tercampur, mengandung dan/atau terkontaminasi oleh suatu bahan yang haram.

Pada penetapan sertifikat halal, BPJPH juga akan menilai poin kritis kehalalan kosmetik. Poin kritis adalah suatu hal yang sekiranya dapat menjadikan suatu produk menjadi haram. Poin kritis yang pertama adalah penggunaan alat untuk pengaplikasian kosmetik (aplikator) pada wajah seperti *brush* atau *sponge*. Alat pengaplikasian ini dapat dijual secara terpisah ataupun bersamaan dalam satu kemasan dengan produk kosmetik. Bahan penyusun ini perlu diidentifikasi bahan baku penyusunnya. Selain itu, klaim kosmetik tahan air atau seringkali dikenal dengan istilah *waterproof* atau *water resistant*. Klaim ini membuat air sebagai media untuk bersuci menjadi sulit untuk berpenetrasi di permukaan kulit sebagai substrat yang perlu disucikan. Maka dari itu, kosmetik dengan klaim tersebut perlu mencantumkan instruksi untuk membersihkan produk terlebih dahulu sebelum proses bersuci untuk mendapatkan sertifikat halal (Sugibayashi *et al.*, 2019). Poin kritis lainnya adalah fasilitas produksi. Penggunaan fasilitas produksi kosmetik harus terpisah dari bahan non halal, adanya penjaminan tidak ada kontaminan baik dari alat ataupun pekerja yang terlibat dalam proses produksi, penjaminan mutu hingga kosmetik tersebut dipasarkan. Selain fasilitas produksi, kemasan primer yang merupakan bahan kemas yang berkontak dengan sediaan harus memenuhi standar halal. Ketika proses produksi selesai, produk akan didistribusikan secara langsung ataupun tidak langsung hingga sampai ke tangan konsumen. Dalam perjalanan

distribusi tersebut, perlu ada jaminan bahwa tidak ada kontaminasi bahan haram atau najis (Nadha, 2020; Pemerintah Republik Indonesia, 2021).

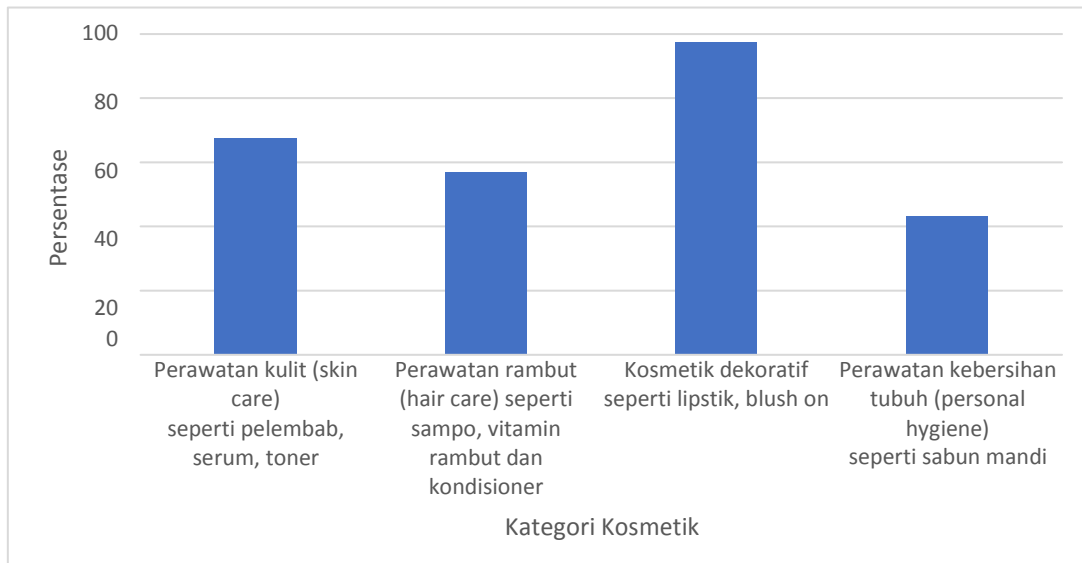
Penetapan halal pada produk kosmetik memiliki tantangan tersendiri. Hal ini karena beberapa bahan baku kosmetik merupakan bahan yang berasal dari hewan dan sulit untuk disertifikasi halal. Bahan yang dimaksud adalah lesitin, gelatin, asam lemak gelatin, dan kolagen. Adapula bahan berupa *bovine* yang berasal dari hewan yang halal, tetapi tidak jelas proses penyembelihannya sehingga berisiko menjadi bahan haram. Suatu kosmetik boleh mengandung alkohol atau etanol dan tetap mendapatkan sertifikat halal dengan ketentuan bahwa alkohol yang digunakan bukan berasal dari industri khamr dan berasal dari proses fermentasi baik secara alami ataupun sintetik. Meskipun kosmetik ini tidak dimakan, dihirup atau diserap melalui kulit, halal menjadi syarat sah umat muslim dalam melakukan ibadah, seperti wudhu sebelum shalat dan membaca kitab suci (Hassan et al., 2018).

Berdasarkan ketetapan pemerintah, kewajiban proses sertifikasi halal untuk kosmetik akan berjalan secara bertahap. Pada tanggal 17 Oktober 2026, semua kosmetik yang beredar diwajibkan memenuhi persyaratan tersebut dan mencantumkan logo halal pada kemasannya. Logo ini akan menjadi pembeda produk yang halal dan haram sehingga dapat mempermudah umat muslim ataupun konsumen lain yang memiliki kekhawatiran terkait hal tersebut. Ketika suatu produk tidak dapat disertifikasi halal karena tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tetap akan dipasarkan, maka perlu dilakukan pencantuman label khusus yang menyatakan bahwa produk tersebut tidak halal. Label khusus yang dapat digunakan disesuaikan dengan alasan produk tersebut bersifat haram seperti 'mengandung babi' atau label 'pada proses pembuatannya bersinggungan dengan bahan yang berasal dari babi' (Pemerintah Republik Indonesia, 2021).

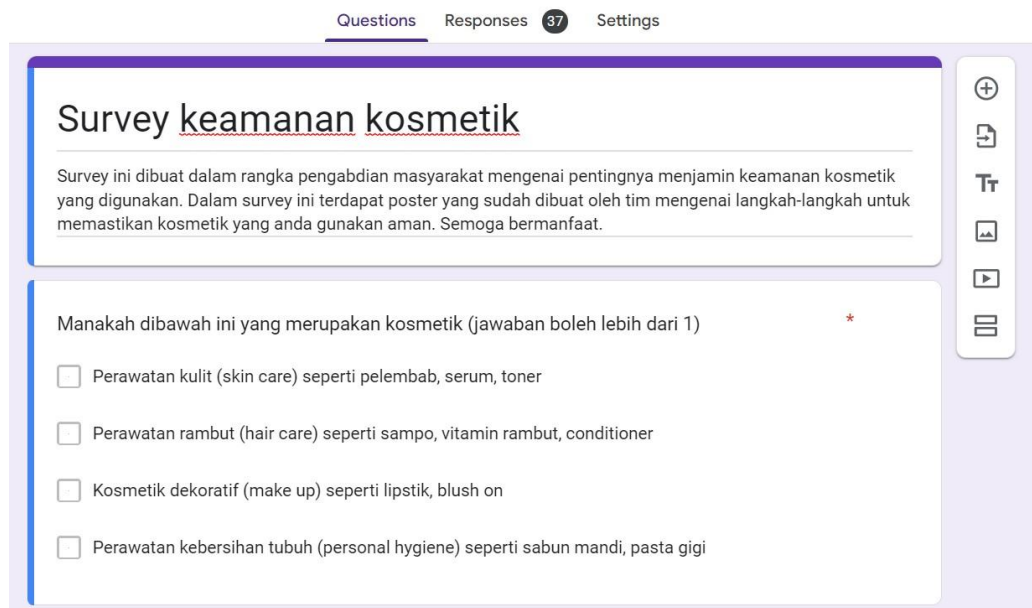
### **Hasil Evaluasi Proses Edukasi**

Berdasarkan hasil pretest dan posttest yang dilakukan pada tanggal 12-18 Juli 2022 dengan jumlah 37 responden, 100% menyatakan bahwa poster ini bermanfaat. Sebagian besar responden menganggap bahwa kosmetik hanya meliputi kosmetik dekoratif (97,3%). Hanya sebagian kecil yang mengetahui bahwa perawatan kulit seperti pelembab (67,6%), perawatan rambut seperti shampo (56,8%) dan perawatan tubuh seperti sabun mandi (43,2%) juga masuk dalam lingkup kosmetik (gambar 3). Pada poster dijelaskan bahwa keempat kategori tersebut merupakan bagian dari kosmetik. Pretest dan posttest dilakukan melalui *google form* (gambar 4) dengan skema soal pretest, poster, dan posttest. Setelah membaca poster tersebut, responden menunjukkan adanya peningkatan pemahaman target untuk membaca kandungan pada kosmetik dari 78% ke 81% dan melakukan pengecekan kosmetik yang mereka gunakan melalui laman resmi BPOM dari 46% ke 89%. Artinya, terdapat peningkatan kesadaran masyarakat untuk melakukan pengecekan kandungan kosmetik sebesar 4% dan pengecekan pada *website* BPOM sebesar 93% (gambar 5).





**Gambar 3.** Tingkat pengetahuan masyarakat terkait produk yang masuk dalam kategori kosmetik



Questions Responses 37 Settings

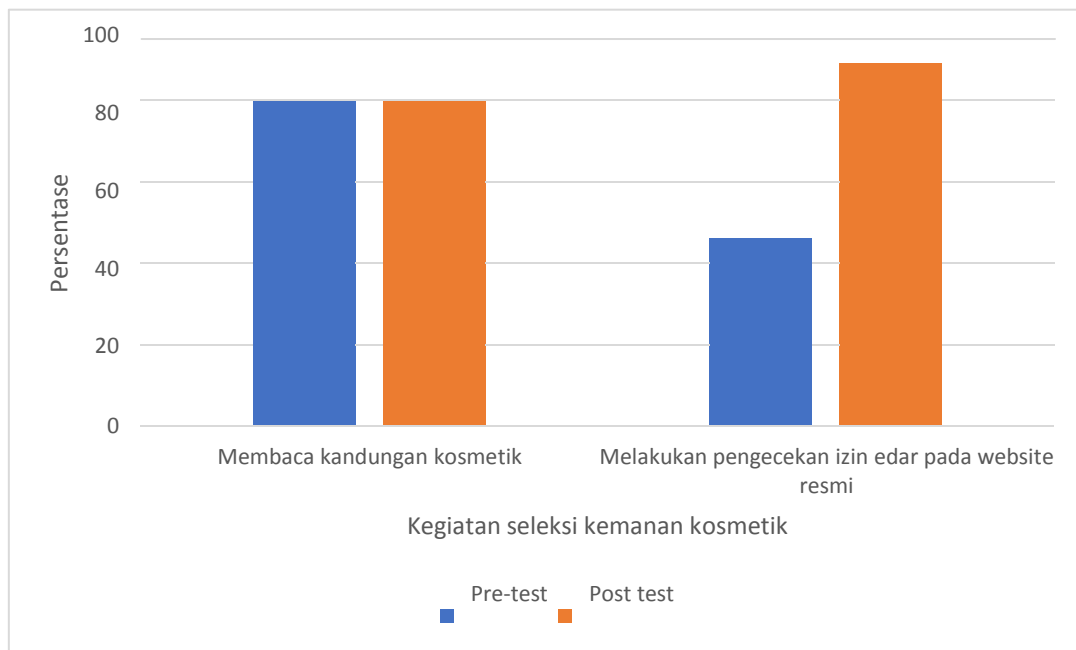
### Survey keamanan kosmetik

Survey ini dibuat dalam rangka pengabdian masyarakat mengenai pentingnya menjamin keamanan kosmetik yang digunakan. Dalam survey ini terdapat poster yang sudah dibuat oleh tim mengenai langkah-langkah untuk memastikan kosmetik yang anda gunakan aman. Semoga bermanfaat.

Manakah dibawah ini yang merupakan kosmetik (jawaban boleh lebih dari 1) \*

- Perawatan kulit (skin care) seperti pelembab, serum, toner
- Perawatan rambut (hair care) seperti sampo, vitamin rambut, conditioner
- Kosmetik dekoratif (make up) seperti lipstik, blush on
- Perawatan kebersihan tubuh (personal hygiene) seperti sabun mandi, pasta gigi

**Gambar 4.** Survei melalui *google form*



**Gambar 5.** Tingkat kesadaran masyarakat untuk melakukan seleksi kosmetik

### Simpulan

Peningkatan penggunaan kosmetik di Indonesia perlu diimbangi dengan peningkatan edukasi konsumen agar tujuan dari penggunaan kosmetik tersebut dapat dicapai. Proses edukasi melalui poster yang ditempelkan pada beberapa titik di Kampus Pluit Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, *Instagram* dan *WhatsApp* menunjukkan respon yang positif. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat peningkatan kesadaran masyarakat untuk melakukan pengecekan kandungan kosmetik sebesar 4% dan pengecekan pada *website* BPOM sebesar 93%.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya yang telah menyetujui untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilaksanakan.

## Daftar Referensi

- Adrian, K. (2021, June 15). *Ketahui Bahaya di Balik Make Up Share in Jar*. Alodokter. <https://www.alodokter.com/ketahui-bahaya-di-balik-make-up-share-in-jar>
- Alvina, M. (2020, September 30) *Spire insight: Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*. TechnoBusiness. <https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2003). Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik. Diakses dari [https://jdihn.go.id/files/491/keputusan%20ka%20bpom%201745%20ttg%20kosmetik\\_3.pdf](https://jdihn.go.id/files/491/keputusan%20ka%20bpom%201745%20ttg%20kosmetik_3.pdf)
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2020-2022*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2003). *Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK 00.05.4.3870*. Diakses dari [https://jdihn.go.id/files/491/15\\_HK.00.05.4.3870\\_h\\_kelar\\_kos.pdf](https://jdihn.go.id/files/491/15_HK.00.05.4.3870_h_kelar_kos.pdf)
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2019). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan 2019 Jilid 1*. Diakses dari [https://jdih.pom.go.id/download/file/1223/Perka\\_BPOM\\_2019.pdf](https://jdih.pom.go.id/download/file/1223/Perka_BPOM_2019.pdf)
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (2019). *Belanja Aman dengan CEK KLIK*. BPOM RI. <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/16823/Belanja-Aman-dengan-CEK-KLIK.html>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2020). *Dokumen Informasi Produk (DIP)*. BPOM RI. <https://notifikos.pom.go.id/upload/informasi/20210301112315.pdf>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2020). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 12 tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika. Diakses dari [https://jdih.pom.go.id/download/file/1222/Perka\\_BPOM\\_2020.pdf](https://jdih.pom.go.id/download/file/1222/Perka_BPOM_2020.pdf)
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2022). *Amankan Ribuan Produk Kosmetik Ilegal, BBPOM di Surabaya Serukan Masyarakat Selalu CEK KLIK!* BPOM RI. <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/27909/Amankan-Ribuan-Produk-Kosmetik-Ilegal--BBPOM-di-Surabaya-Serukan-Masyarakat-Selalu-CEK-KLIK-.html>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2023). *Badan POM Ungkap Peredaran Lebih dari 10 Miliar Rupiah Kosmetik Ilegal Di Jakarta dan Jawa Barat*. BPOM RI. <https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/580/Badan-POM-Ungkap-Peredaran-Lebih-dari-10-Miliar-Rupiah-Kosmetik-Ilegal--Di-Jakarta-dan-Jawa-Barat.html>

- BPOM RI. (2023, March 15). *Ayo Cek KLIK Sebelum Belanja*. BPOM RI. <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/20911/Ayo-Cek-KLIK-Sebelum-Belanja-.html>
- Hasibuan, L. (2022). *Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi>
- Hassan, N., Ahmad, T., & Zain, N. M. (2018). Chemical and Chemometric Methods for Halal Authentication of Gelatin: An Overview. *Journal of Food Science*, 83(12), 2903–2911.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Mastuki, H. (2020). *Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar)*. Kemenag RI. <https://kemenag.go.id/read/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-xmo8a>
- Nadha, C. (2020). *Apa Saja Titik Kritis Kehalalan Kosmetika?* LPPOM MUI. <https://halalmui.org/apa-saja-titik-kritis-kehalalan-kosmetika/>
- Pranoto, A. (2016). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Preferensi Pembelian Antara Produk Kosmetik Ramah Lingkungan Dan Konvensional. Universitas Machung. <https://arthavidya.wisnuwardhana.ac.id/index.php/arthavidya/article/view/88/68>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021. Retrieved from [https://jdih.setkab.go.id/PUUdoc/176351/PP\\_Nomor\\_39\\_Tahun\\_2021.pdf](https://jdih.setkab.go.id/PUUdoc/176351/PP_Nomor_39_Tahun_2021.pdf)
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang jaminan Produk Halal. Retrieved from [https://jdih.setkab.go.id/PUUdoc/176351/PP\\_Nomor\\_39\\_Tahun\\_2021.pdf](https://jdih.setkab.go.id/PUUdoc/176351/PP_Nomor_39_Tahun_2021.pdf)
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* (255-263).
- Rachmawati, P. (2022). *Permintaan kosmetik halal terus meningkat. Kosmetik halal makin populer: bagaimana cara deteksi unsur haram dan seberapa besar pasarnya?* The Conversation. <https://theconversation.com/kosmetik-halal-makin-populer-bagaimana-cara-deteksi-unsur-haram-dan-seberapa-besar-pasarnya-185055>
- Septiani, L. A. (2021). Bagaimana Konsumen Kosmetik Memerhatikan Beauty Vlogger dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 634-650.
- Statista Research Department. (2023). *Revenue of the beauty & personal care market in Indonesia from 2017 to 2025*. Statista Research Department. <https://www.statista.com/forecasts/1220238/indonesia-revenue-beauty-and-personal-care-market>



- Sugibayashi, K., Yusuf, E., Todo, H., Dahlizar, S., Sakdiset, P., Arce, F. J., & See, G. L. (2019). Halal Cosmetics: A Review on Ingredients, Production, and Testing Methods. *Cosmetics*, 6(3), 37. <https://doi.org/10.3390/cosmetics6030037>
- USFDA. (2022). *Prohibited & Restricted Ingredients in Cosmetics*. USFDA. <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-laws-regulations/prohibited-restricted-ingredients-cosmetics>