

PENINGKATAN KESADARAN MASYARAKAT TENTANG KOSMETIK PALSU MELALUI EDUKASI PENYULUHAN DI STADION UTAMA RIAU

Haiyul Fadhli¹
Neni Frimayanti²
Husnawati³
Yozi Fiedya Ningsih⁴
Fina Aryani⁵
Anggun Fatmalia⁶
Ica Winanda Anggraeni⁷
Lisa Andriyani Siregar⁸
Nadira Atiqah Ricardo⁹
Nurul Fadillah¹⁰
Revy Iriani¹¹
Rinita Sari¹²
Sarah Dianora Sitanggang¹³
Shinta Liana Ruska¹⁴

1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14 Program Studi Profesi Apoteker, Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Riau

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 7 April 2025

Revised : 3 Mei 2025

Accepted : 9 Mei 2025

Key words:

Counterfeit cosmetic, Education,
Public awareness

DOI: 10.62335

ABSTRACT

Counterfeit cosmetics are a serious health problem in Indonesia, causing side effects such as skin irritation, allergies and poisoning. This study aims to increase public awareness about the dangers of counterfeit cosmetics through counseling education. The research method used a qualitative approach with counseling techniques and giving leaflets to 60 respondents at the Riau Main Stadium. The results showed an increase in public awareness about fake cosmetics after counseling with significance ($p < 0.5$). The results of this study emphasize the importance of education and counseling in increasing public awareness about counterfeit cosmetics. Therefore, further efforts need to be made to increase awareness and prevent the use of counterfeit cosmetics in the community.

ABSTRAK

Kosmetik palsu merupakan masalah kesehatan yang serius di Indonesia, menyebabkan efek samping seperti iritasi kulit, alergi dan keracunan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya kosmetik palsu melalui edukasi penyuluhan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik penyuluhan dan pemberian leaflet kepada 60 responden di Stadion Utama Riau. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat tentang kosmetik palsu setelah penyuluhan dengan signifikansi ($p < 0,5$). Hasil penelitian ini menekankan pentingnya edukasi

¹ Corresponding author: haiyulfadhli@stifar-riau.ac.id

dan penyuluhan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kosmetik palsu. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya lanjutan untuk meningkatkan kesadaran dan pencegahan penggunaan kosmetik palsu di masyarakat.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam industri kosmetik, memungkinkan proses produksi secara massal dengan tingkat efisiensi yang optimal melalui dukungan peralatan teknologi terkini. Hal ini memfasilitasi distribusi produk kosmetik hingga dapat menjangkau berbagai wilayah secara luas (Handayani, 2021). Tingginya permintaan pasar terhadap produk kosmetik menciptakan peluang bisnis yang menguntungkan bagi para pelaku industri. Namun, di sisi lain, peluang ini juga berpotensi disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk memproduksi kosmetik ilegal dan palsu dengan menggunakan bahan-bahan berbahaya, sehingga mengancam kesehatan dan keselamatan konsumen (Sende *et al.*, 2020). Oleh karena itu, penerapan regulasi yang ketat serta mekanisme pengawasan yang komprehensif menjadi suatu keharusan guna menjamin keamanan, kualitas, dan keaslian produk kosmetik yang beredar di pasaran.

Berdasarkan data statistik yang dirilis oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), tercatat sebanyak 181 item (1,2 juta) produk kosmetik ilegal yang berhasil diidentifikasi selama periode September 2022 hingga Oktober 2023. Temuan ini tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, dengan konsentrasi tertinggi di Jawa Tengah, Jawa Timur, Riau, Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Kalimantan Timur, Bali, dan Sulawesi Selatan. Faktor-faktor yang mendukung maraknya peredaran kosmetik palsu di masyarakat antara lain rendahnya tingkat kesadaran konsumen terkait kriteria produk kosmetik yang aman dan memenuhi standar, di mana sebagian besar konsumen cenderung memilih produk dengan harga lebih murah dan mudah diakses. Selain itu, kurangnya pemahaman pedagang dalam mengidentifikasi produk kosmetik palsu serta potensi risiko kesehatan yang dapat timbul dari penggunaannya turut memperparah masalah ini. Di sisi lain, minimnya tanggung jawab penjual dalam memastikan keaslian produk yang dipasarkan, dengan lebih mengutamakan keuntungan finansial melalui peredaran kosmetik palsu tanpa investasi modal yang signifikan, menjadi faktor krusial lainnya. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku kosmetik serta keterbatasan pemilik merek dalam mencegah praktik pemalsuan juga turut berkontribusi terhadap meluasnya peredaran produk kosmetik ilegal di pasar (Siregar, 2023).

Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI, 2023), kosmetik ilegal didefinisikan sebagai produk kosmetik yang tidak memenuhi ketentuan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Terdapat dua jenis kosmetik ilegal, yaitu kosmetik tanpa izin edar (TIE) dan kosmetik palsu. Kosmetik tanpa izin edar merujuk pada produk yang tidak memiliki nomor notifikasi dari BPOM, sedangkan kosmetik palsu adalah produk yang diproduksi tanpa mengikuti kaidah cara pembuatan kosmetik yang baik (CPKB) serta menggunakan bahan-bahan yang tidak sesuai atau dilarang. Tingginya angka kejadian efek samping akibat penggunaan kosmetik palsu dibuktikan dengan seringnya ditemukan kasus efek samping kosmetik dalam praktik dermatologi. Reaksi efek samping yang timbul dapat bersifat serius, meliputi iritasi, gatal-gatal, kemerahan, nyeri pada kulit, pembengkakan, reaksi alergi, jerawat, fotosensitisasi, intoksikasi atau keracunan, penyumbatan fisik, serta *pigmented cosmetic dermatitis* (Ilyas & Zulfadhil, 2021).

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, peran apoteker dalam mencegah peredaran kosmetik palsu dapat diwujudkan melalui pemberian edukasi kepada masyarakat, baik secara langsung maupun melalui program penyuluhan. Edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai cara mengidentifikasi kosmetik palsu,

membedakan antara produk asli dan palsu, serta memahami risiko kesehatan yang dapat ditimbulkan dari penggunaan produk ilegal tersebut. Dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat, diharapkan dapat tercipta kesadaran kolektif untuk menghindari penggunaan kosmetik palsu, sehingga kualitas hidup masyarakat dapat meningkat dan langkah-langkah pencegahan terhadap peredaran produk kosmetik ilegal dapat dilakukan secara efektif (Suryoputri *et al.*,2018).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2024 yang diawali dengan melakukan pemilihan tempat yaitu di Stadion Utama Riau dengan menggunakan metode penyuluhan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terkait peredaran kosmetik palsu yang beredar di masyarakat. Pelaksanaan dilakukan dengan melakukan observasi peserta melalui kegiatan *pre-test* dan *post-test* serta memberikan informasi atau penyuluhan terkait informasi penggunaan waspada kosmetik palsu serta pendampingan dan evaluasi. Adapun kerangka kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Observasi tingkat pemahaman masyarakat terkait kosmetik palsu yang beredar dipasaran melalui kuisioner *pre-test*
2. Serta melakukan observasi dan menilai tingkat pemahaman masyarakat setelah dilakukan pemberian edukasi atau penyuluhan. Hal ini dapat dinilai dari pengisian kuesioner *post-test*
3. Sosialisasi. Tahapan sosialisasi dilakukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai cara membedakan kosmetik palsu dipasaran dengan melakukan pemberian edukasi pendampingan dan penyuluhan terhadap masyarakat dilingkungan Stadion Utama Riau melalui pembagian *leaflet* dan pengisian lembar *check-list (post-test)* yang telah disiapkan oleh panitia.
4. Evaluasi. Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui seberapa paham masyarakat setelah dilakukan penyuluhan dan edukasi melalui lembar *check-list post test* serta pemberian cedramata kepada masyarakat yang ikut andil dalam kegiatan edukasi.

Setelah dilakukan pendataan, kemudian data diolah dengan melakukan uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dan *Wilcoxon Rank Sum Test (Wilcoxon-Mann Whitney test)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Stadion Utama Riau melalui pemberian edukasi atau penyuluhan dan pemberian *leaflet* mengenai cara mengidentifikasi dan membedakan kosmetik palsu yang beredar dipasaran, bahaya penggunaan kosmetik palsu dan tahapan untuk memastikan kosmetik yang digunakan aman dan tidak palsu melalui aplikasi atau web *KLIK BPOM*.

Kategori responden yang dilakukan dalam pemberian edukasi diambil berdasarkan usia, tingkat pendidikan terakhir, jenis kelamin dan pekerjaan. Pembagian usia meliputi 18-40 tahun, 41-60 tahun dan >60 tahun. Adapun persentase jumlah responden berdasarkan data sosiodemografi disajikan pada **Tabel 1**

Tabel 1. Hasil Analisis Persentase Responden

No	Sosiodemografi	Jumlah responden	
		N	%
1	Umur		
	18-40 Tahun	48	80
	41-60 Tahun	12	20
	>60 Tahun	0	0
2	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	13	21,67
	Perempuan	47	78,33
3	Pendidikan Terakhir		
	SD	1	1,67
	SMP/SMA-K	22	36,67
	Perguruan Tinggi	37	61,67
4	Status Pekerjaan		
	Bekerja	20	33,33
	Tidak Bekerja	40	66,67

Keterangan :

N : Jumlah Responden

% : Persentase Jumlah Responden

Berdasarkan data yang disajikan pada **Tabel 1** menunjukkan bahwa penyuluhan diikuti oleh masyarakat yang berada di Stadion Utama Riau dengan sebagian besar berusia 18-40 tahun sebanyak 48 peserta dan masyarakat berusia 41-60 tahun sebanyak 12 orang. Populasi perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki yaitu sejumlah 47 peserta sedangkan laki-laki berjumlah 13 peserta. Hal ini dikarenakan penggunaan kosmetik atau produk perawatan kulit lebih banyak digunakan oleh perempuan dibandingkan laki-laki karena kebutuhan sosial serta perempuan lebih memperhatikan penampilan terutama pada perawatan wajah dan kulit, sedangkan laki-laki lebih dikenal sebagai sosok yang kurang peduli dengan penampilan dan mempunyai pekerjaan yang identik dilapangan atau dibawah sinar matahari. Pada kategori pendidikan terakhir peserta lebih banyak menempuh perguruan tinggi dibandingkan tingkat SD dan SMP/SMA-K dengan jumlah 37 peserta untuk perguruan tinggi, tingkat SD sebanyak 1 peserta dan tingkat SMP/SMA-K sejumlah 22 peserta. Kategori bekerja dan tidak bekerja sebagian besar peserta yang dilakukan penyuluhan lebih banyak tidak bekerja dibandingkan bekerja dengan jumlah 40 peserta sedangkan yang tidak bekerja sejumlah 20 peserta.

Kegiatan diawali dengan melakukan *pre-test* yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan masyarakat dalam mengetahui perbedaan kosmetik palsu. Selanjutnya dilakukan pemberian edukasi atau penyuluhan dan sesi diskusi serta dilanjutkan dengan kegiatan *post-test* diakhir penyuluhan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta mengenai materi yang telah diberikan. Adapun hasil dari *pre-test* dan *post-test* dilampirkan pada **Tabel 2**.

Tabel 2. Hasil Analisis Penilaian *pre-test* dan *post-test*

No	Sosiodemografi	Pre test (n)			Post test (n)		
		Baik	Cukup	Kurang	Baik	Cukup	Kurang
1	Umur						
	18-40 Tahun	20	10	18	40	8	-
	41-60 Tahun	4	5	3	9	3	-
	>60 Tahun						-
2	Jenis Kelamin						
	Laki-Laki	5	6	2	10	3	-
	Perempuan	24	17	6	39	8	-
3	Pendidikan Terakhir						
	SD		1			1	-

	SMP/SMA-K	14	5	3	15	7	-
	Perguruan Tinggi	17	15	5	33	4	-
4	Status Pekerjaan						
	Bekerja	10	6	4	15	5	-
	Tidak bekerja	15	13	12	32	8	-

Keterangan

B = Baik (≥ 75)

C = Cukup (56 -74)

K = Kurang (≤ 56)

Hasil dari *pre-test* dan *post-test* yang telah dilakukan diperoleh hasil *pre-test* dengan kategori usia 18-40 tahun termasuk dalam kategori baik, cukup dan kurang dimana yang termasuk dalam kategori baik terdapat 20 peserta, kategori cukup terdapat 10 peserta dan kategori kurang terdapat 18 peserta. Sedangkan pada usia 41-60 tahun, yang termasuk kedalam kategori baik sejumlah 4 peserta, kategori cukup sejumlah 5 peserta dan kategori kurang sejumlah 3 peserta. Setelah dilakukan edukasi atau pemberian informasi terdapat peningkatan pengetahuan dimana pada bagian *post-test* memiliki tingkat pengetahuan baik dan cukup pada usia 18-40 tahun dan pada usia 41-60 tahun.

Berdasarkan data hasil dari *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan, baik jenis kelamin perempuan maupun laki-laki sama-sama termasuk dalam kategori pengetahuan yang baik setelah dilakukan pemberian intervensi berupa media *leaflet* dengan persentase *post-test* 78,33% untuk responden dengan jenis kelamin perempuan dan 21,67% untuk responden dengan jenis kelamin laki-laki, dimana hasil persentase tersebut termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian lainnya yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kemampuan dalam menyerap informasi pada perempuan dan laki-laki.

Pada tabel diatas ditemukan bahwa kategori dengan status bekerja adalah 33,33% dengan jumlah responden sebanyak 20 orang yang memiliki nilai *pre-test* dan *post-test* dengan kategori baik dan responden yang tidak memiliki pekerjaan jauh lebih besar yaitu sebanyak 40 orang dengan persentase sebesar 66,67 % dengan nilai *pre-test* dan *post-test* juga dalam kategori baik. Tetapi hasil nilai yang diperoleh kategori tidak bekerja lebih tinggi dibandingkan kategori yang bekerja. Sehingga dari hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa yang tidak bekerja lebih memahami mengenai kosmetik palsu. Menurut Suryoputri et al (2028), masyarakat yang bekerja cenderung memiliki akses lebih baik terhadap informasi mengenai produk kosmetik, sehingga mereka lebih mampu mengenali dan menghindari kosmetik yang tidak aman. Berdasarkan hasil yang didapat hal ini tidak sesuai dengan literatur karena responden yang tidak bekerja sebagian besar adalah kalangan mahasiswa atau mahasiswi serta ibu rumah tangga yang memiliki tingkat pendidikan tinggi.

Berdasarkan persentase nilai yang dilakukan *pre-test* dan *post-test* pada tabel 2 dan 3, hasil kegiatan penyuluhan menunjukkan hasil yang positif berupa nilai *post-test* yang lebih baik dibandingkan pre test. Selanjutnya data yang telah terkumpul, dilakukan uji normalitas untuk memastikan bahwa data yang terdistribusi normal. Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan sebagai alat bantu untuk menentukan apakah data tersebut terdistribusi normal. Dalam hasilnya, didapatkan nilai Signifikansi (Sig) $\leq 0,05$. Nilai ini menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi secara normal dan oleh karena itu, tidak memenuhi syarat dasar untuk beberapa jenis analisis statistik yang biasanya melibatkan distribusi normal seperti ANOVA atau t-test.

Karena data tidak terdistribusi normal, maka data tersebut diolah kembali menggunakan *Wilcoxon Rank Sum Test (Wilcoxon-Mann Whitney test)*, sebuah tes non parametrik yang berguna untuk membandingkan dua kelompok sampel tanpa harus membuat asumsi tentang distribusi populasi. Hal ini berfungsi untuk memeriksa ada tidaknya perbedaan

antara nilai pretest dan posttest sebelum dan setelah pemberian edukasi. Hasilnya juga memberikan nilai Signifikansi (Sig) $\leq 0,05$. Hal ini menandakan bahwa adanya perubahan signifikan telah diamati antara kedua kondisi tersebut, yaitu sebelum dan setelah pemberian edukasi. Sehingga dapat membuktikan bahwa hipotesis mengenai peningkatan pengetahuan setelah pemberian edukasi dapat diterima. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan pemahaman masyarakat tentang kosmetik yang aman, sehingga harus dilakukannya sosialisasi kepada masyarakat secara berkelanjutan. Hal ini dilakukan agar masyarakat ikut berpartisipasi dalam pengawasan kosmetik palsu dan ilegal yang tidak memenuhi standar dari Badan POM. Namun, dari pihak Badan POM masih kurang melakukan sosialisasi terhadap masyarakat yang mengakibatkan pelaku usaha yang tidak jujur akan semakin bebas karena dari masyarakat itu sendiri tidak peduli dan lebih memilih kosmetik yang sedang tren di media sosial (Karmila *et al* 2023).

SIMPULAN

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan bermanfaat untuk masyarakat. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengabdian masyarakat yang telah dilakukan di Stadion Utama Riau, setelah dilakukan penyuluhan antar individu mengenai “Waspada Kosmetik Palsu” dengan menggunakan media *leaflet* terdapat peningkatan pengetahuan masyarakat tentang kosmetik palsu dengan signifikansi ($p < 0.5$).

DAFTAR PUSTAKA

- BPOM 2013. Tentang Perubahan atas Peraturan Kepala BPOM Nomor HK.03.1.23.12.10.12459 Tahun 2010 Tentang Persyaratan Teknis Kosmetika.
- BPOM 2022. Tentang Perubahan atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika.
- Ilyas, M dan Zulfadhli. 2021. Aspek Pidanaan Terhadap Peredaran Kosmetik Tidak Memiliki Izin Edar Di Kabupaten Bone. *Journal of Lex Generalis (JLS)*. No.9, Vol.2, 2362-2376.
- Karmila Mokodongan, Rafika Nur & Asdar Arti 2023. Pengawasan Peredaran Kosmetik Ilegal Oleh BPOM Di Gorontalo. *Jurnal Hukum dan Sosial Politik*, No.1, Vol.1, 210–222.
- Sende, I.F., Andin, W.P., Gafur, S dan Edi, P.Y. 2020. Peredaran Kosmetik Pemutih Ilegal Di Indonesia Dan Upaya Penanggulangannya. *Eruditio: Indonesia Journal of Food and Drug Safety*. No.1, Vol.1, 48-62.
- Siregar, P.A.S. 2023. Penegakan Hukum terhadap Pengedar Kosmetik Ilegal oleh Pihak Kepolisian. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, No.3, Vol.3, 68–77.
- Suryoputri, M.W., Esti, D.U., Ika, M., Laksmi, M dan Nur, A.C. 2018. Peningkatan Pengetahuan Kader PKK Terkait Obat Palsu Melalui Edukasi Apoteker Di Desa Pliken, Banyumas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. No.12, Vol.2, 1-6.

LAMPIRAN



Gambar 1. Pengabdian Masyarakat



Gambar 2. Leaflet Waspada Kosmetik Palsu